



TeamRICH
the essential workshop for
Business Growth



Lecturas Temáticas

Nombre

- 1 Act ActionCOACH Pepe Villacis SER x HACER = TENER.doc
- 2 Act ActionCOACH Pepe Villacis Como esta tu Propia Actitud.doc
- 3 Act ActionCOACH Actitud y Asertividad para Resultados.doc
- 4 Act ActionCOACH Vive la Regla 10 y 90.doc
- 5 Act ActionCOACH Pepe Villacis No Son los Demas, Eres Tu.doc
- 21 Camb ActionCOACH Ayudando a tu Gente a Cambiar.doc
- 31 Comm ActionCOACH Pepe Villacis Comunicacion Efectiva SMART.doc
- 32 Comm ActionCOACH Escuchar con la Mente y el Corazon.doc
- 33 Comm ActionCOACH Corregir sin Ofender ni Lastimar.doc
- 41 Eq ActionCOACH Construya un Equipo Ganador.doc
- 42 Eq ActionCOACH Responsabilidades y Tareas Claras.doc
- 44 Reglas ActionCOACH Respeto en el Ambiente Laboral.doc
- 51 Lider ActionCOACH Talentos de un Lider Efectivo.doc
- 71 Deleg ActionCOACH Pepe Villacis Como Delegar Correctamente.doc



SER x HACER = TENER

Coach Lic. Pepe Villacís, MBA. ActionCOACH. www.coachpepevillacis.com

Para que un cambio en nuestra vida o negocio sea significativo, debe ser radical y profundo. Cambios menores son fáciles, pero producen resultados pequeños. Por ejemplo, para incrementar las ventas de un negocio –digamos- en un 150% en seis meses, es imprescindible modificar a fondo la forma en que pensamos y hacemos las cosas.

Si queremos **TENER** algo en la vida, necesitamos **HACER** algo para conseguirlo. Si buscamos riqueza, debemos producir. Si queremos amor, tenemos antes que darlo nosotros. Si deseamos respeto, debemos ganarlo con nuestros actos, día a día.

No importan las circunstancias, deberemos **HACER** algo si aspiramos a **TENER** algo. Pero, **HACER** no es el único requisito para **TENER**.

Tenemos que **SER** la clase de persona que tiene las cosas y la vida que nosotros ambicionamos tener. Necesitamos desarrollar nuestra identidad, ideas y valores acordes al tipo de persona en la que aspiramos convertirnos. Se conoce un caso de un ganador del premio mayor de la Lotería quien, en el plazo de 3 años, perdió todos los millones que había ganado. El no se convirtió internamente ni se esforzó por ser un millonario de verdad.

Hablemos un poco acerca de **SER** alguien. Todos tenemos una identidad adquirida durante la infancia. Esa identidad tiene creencias y paradigmas que pueden limitarnos severamente. Algunos, por ejemplo, creemos que los clientes siempre buscan los bienes o servicios más baratos. Debido a ese paradigma, atraemos esa clase de clientes a nuestro negocio. A lo mejor tenemos el concepto que todos los dueños de negocios son avaros y egoístas. Por lo tanto, si llegamos a tener un negocio propio, precisamente así será nuestro comportamiento.

Para estar en capacidad de **TENER** -por ejemplo- un millón de pesos, es necesario que dejemos de creer que ser millonario equivale a ser malo e injusto con nuestros semejantes, y que asimilemos las creencias y valores positivos que tendría un millonario.

Es exactamente igual en los negocios. Para **TENER** clientes extraordinarios –necesarios para tener un negocio extraordinario- primero debemos estructurar nuestra empresa de acuerdo a lo que se necesita para atraer clientes extraordinarios.

¿Y qué es un cliente extraordinario? Eso depende de cada tipo de negocio. Cada quién debe definir las características de un cliente extraordinario. Tal vez es aquel que siempre paga en efectivo, o puede ser uno que nos proporcione muchas referencias hacia otros prospectos. Somos los dueños de negocio quienes debemos identificar cómo son los clientes extraordinarios, y cuáles son sus necesidades. Debemos conocer cómo compran esos clientes y porqué.

Nuestro negocio debe **SER** el lugar en donde esos clientes quieren comprar. Y la única forma de lograrlo es **HACER** - consistentemente y de manera predecible - mucho más que lo que dichos clientes esperan de nosotros. Sólo así llegaremos a **TENER** el negocio extraordinario que atrae clientes extraordinarios.

De allí en adelante, nuestro reto será continuar cumpliendo las expectativas de nuestros clientes y agregar cada vez más valor a nuestro bien o servicio, de forma que nuestros clientes extraordinarios sepan que existen más y más cosas que una empresa extraordinaria como la nuestra, puede ofrecer, y – como resultado-, sigan viniendo y trayendo a otros como ellos.

Si nos convertimos en el tipo de persona o negocio que atrae a las gente que nos interesa para nuestra vida o nuestro negocio, ellos vendrán a nosotros, sin duda alguna. Sólo hace falta tener muy claro que primero debemos **SER** y **HACER**, para poder **TENER**.

Las 5 conductas para lograr el éxito

1. Confianza

Nuestra experiencia, carácter y conocimientos son la mejor garantía de que sí podemos hacerlo. ¿Porqué dejarnos paralizar por los miedos? Hagamos que ellos sean nuestros mejores amigos, que nos mantengan alerta y cuidadosos, pero que no nos impidan buscar nuestros sueños.

2. Concentración

Dejemos de dispararle a todo arbusto que se mueva. Afinemos nuestra puntería y concentremos nuestros esfuerzos en lo que podemos hacer mejor, no perdamos el foco, seamos selectivos y aprendamos a decir “No” a lo que no está en línea con nuestra Visión.

3. Consistencia

Termine lo que inicia. Evite el peligro de los Inicios Falsos por iniciativas, cambios y mejoras dejadas a medio camino porque eso sembrará incredulidad, ironía e inseguridad en su equipo y entre sus seguidores. Mantenga el ritmo a pesar de las dificultades.

4. Compromiso

Compromiso es ser miembro permanente del equipo, erradicar las excusas e ir más allá para ser parte de la solución. Significa hacer en lugar de decir qué hacer, tener un genuino sentido de pertenencia y ser actor, no un simple espectador. Integrar esa Masa Crítica que es puntal de las empresas exitosas.

5. Carácter

Carácter es lo que verdaderamente somos, actitud es la imagen que damos de lo que somos, ambas deben ser congruentes porque si no la ambigüedad será evidente para todos. Los Valores o Principios marcan el camino. Sin sólidos principios explicados, entendidos y modelados, las personas estarán desorientadas y carecerán de la entereza necesaria para evitar salidas fáciles y faltas a la ética.

¿Qué acciones tomarás en tu negocio y en tu vida, en este sentido?

Comentarios e Información:

josevillacis@actioncoach.com

www.coachpepevillacis.com Tele. (442) 140-1210

ActionCOACH es una empresa global de Coaching de Negocios, Coaching Ejecutivo y Capacitación Empresarial. Miles de clientes se han beneficiado al trabajar guiados y apoyados por un Coach de **ActionCOACH**, que les muestra cómo alcanzar los objetivos de sus posiciones y sus negocios y los motiva para que alcancen su máximo potencial personal.



¿CÓMO ESTÁ TU PROPIA ACTITUD?

Coach Lic. Pepe Villacís, MBA. ActionCOACH. www.coachpepevillacis.com

La Actitud es la base de todo éxito en la vida, en todos sus ámbitos.

Puedes tener todos los conocimientos, títulos y recursos externos que desees, si tu actitud no ayuda a que te conectes adecuadamente con la realidad y a que te relaciones de manera constructiva con quienes te rodean, de poco te servirá lo demás.

Para ayudar a quienes desean evaluarse en este importante tema, Napoleón Hill (un maestro de la superación personal), en su obra “Piense y Hágase Rico”, formuló la siguiente lista de preguntas.

Te recomiendo que las leas y expreses tus respuestas en voz alta, de tal modo que puedas oír tu propia voz. Eso te facilitará el ser honesto contigo mismo.

CUESTIONARIO DE AUTOANALISIS

¿Encuentras defectos en las otras personas a la menor provocación?

¿Te muestras sarcástico y ofensivo en tu conversación?

¿Evitas deliberadamente la asociación con cualquier persona? Y, si lo haces, ¿cuál es la causa?

¿Te parece que tu vida es inútil y que no tiene esperanza de futuro?

¿Te gusta el trabajo que haces? Si no es así, ¿por qué?

¿Sueles compadecerte de ti mismo? En tal caso, ¿por qué?

¿Sientes envidia de aquellos que sobresalen por encima de ti?

¿A qué dedicas la mayor parte de tu tiempo, a pensar en el éxito, o a pensar en el fracaso?

A medida que los años transcurren, ¿aumenta la confianza en ti mismo o la pierdes?

¿Aprendes algo valioso de los errores que cometes? ¿Permites que algún pariente o conocido te observe y te retroalimiente? En tal caso, ¿por qué?

¿Te encuentras a veces «en las nubes», y en otras ocasiones en las profundidades del abatimiento? ¿Quién tiene la influencia más inspiradora sobre ti? ¿Cuál es la causa?

¿Tolera las influencias negativas o descorazonadoras que podrías evitar?

¿Eres descuidado con tu aspecto personal? En tal caso, ¿cuándo y por qué?

¿Te has acostumbrado a «ahogar tus problemas» estando demasiado ocupado como para que éstos te perturben?

¿Descuidas la limpieza interna de ti mismo, hasta que la autointoxicación te convierte en una persona de mal carácter e irritable?

¿Cuántas perturbaciones previsibles te molestan, y por qué las toleras?

¿Recurres al licor, a los narcóticos o a los cigarrillos para «tranquilizar tus nervios»? En tal caso, ¿por qué no intentas utilizar la fuerza de voluntad en su lugar?

¿Hay alguien que te «fastidie»? En tal caso, ¿por qué razón?

¿Tienes un gran propósito definido? ¿Cuál es y qué planes tienes para alcanzarlo?

¿Qué es lo que valoras más, tus posesiones materiales, o el privilegio de controlar tus propios pensamientos?

¿Te ves influido con facilidad por los demás, aun en contra de tu propio juicio?

¿Has añadido el día de hoy algo de valor a su reserva de conocimientos o a tu estado mental?

¿Afrontas directamente las circunstancias que te hacen desgraciado, o evitas la responsabilidad?

¿Analizas todos los errores y los fracasos y tratas de aprovecharlos, o quizás adoptas la actitud del que piensa que eso no es responsabilidad tuya?

¿Puede citar tres de tus debilidades más nocivas? ¿Qué haces para corregirlas?

Durante tus experiencias cotidianas, ¿eliges lecciones o influencias capaces de ayudarte en tu progreso personal?

Por regla general, ¿tiene tu presencia una influencia negativa sobre los demás?

¿Qué hábitos de las demás personas son los que más te molestan?

¿Te formas tus propias opiniones o te dejas influir por otras personas?

¿Has aprendido a crear un estado mental con el que te proteges contra todas las influencias descorazonadoras?

La ocupación a la que te dedicas, ¿te inspira fe y esperanza?

¿Te ayuda tu religión a mantener una mentalidad positiva?

Si crees que «los pájaros de un mismo género vuelan juntos», ¿qué has aprendido de ti mismo mediante el estudio de aquellos amigos a los que atraes?

¿Qué conexión, si hay alguna, ves entre la gente con la que te asocias más estrechamente y cualquier infelicidad que puedas experimentar?

¿Según qué reglas juzgas quién es valioso para ti y quién es nocivo?

Tus asociados íntimos, ¿son mentalmente superiores a ti o inferiores?

¿Cuánto tiempo de cada 24 horas dedicas a:

a) tu ocupación

- b) dormir
- c) jugar y relajarte
- d) adquirir conocimientos útiles
- e) desaprovechar el tiempo

Cuando otros te ofrecen un consejo no solicitado con buena intención, ¿lo aceptas sin cuestionarlo, o te pones a la defensiva?

¿Qué es lo que más deseas, por encima de todo lo demás? ¿Tienes intención de conseguirlo? ¿Estás dispuesto a subordinar el resto de tus deseos a éste? ¿Cuánto tiempo dedicas al día a conseguirlo?

¿Cambias de opinión con frecuencia? En tal caso, ¿por qué?

¿Sueles terminar todo aquello que empiezas?

¿Te sientes fácilmente impresionado por los negocios o por los títulos personales, grados académicos o riqueza de otras personas?

¿Te sientes influido fácilmente por lo que otras personas piensan o dicen de ti?

¿Valoras a las personas por su estatus social o financiero?

¿Quién crees que es la persona más grande que vive en la actualidad? ¿En qué aspecto consideras que esa persona es superior a ti?

Si has contestado a todas estas preguntas con sinceridad, sabes más acerca de ti mismo que la mayoría de las personas.

¿Qué acciones tomarás en tu negocio y en tu vida, en este sentido?

Comentarios e Información:

josevillacis@actioncoach.com

www.coachpepevillacis.com Tele. (442) 140-1210

ActionCOACH es una empresa global de Coaching de Negocios, Coaching Ejecutivo y Capacitación Empresarial. Miles de clientes se han beneficiado al trabajar guiados y apoyados por un Coach de **ActionCOACH**, que les muestra cómo alcanzar los objetivos de sus posiciones y sus negocios y los motiva para que alcancen su máximo potencial personal.



ACTITUD Y ASERTIVIDAD PARA LOGRAR RESULTADOS

Coach Lic. Pepe Villacís, MBA. ActionCOACH. www.coachpepevillacis.com

Algunas recomendaciones concretas para encaminar tu vida personal, laboral y empresarial hacia el éxito, en el 2013 y siempre, enfocándonos en el factor que mayormente define tus resultados en todo ámbito: la actitud.

Los entrenadores (coaches) deportivos tienen claro que la actitud positiva que tengan los jugadores es, probablemente, el más importante aspecto de un partido.

En las Olimpiadas de Invierno, hace algunos años, pusieron a prueba tres estilos de entrenamiento en diferentes grupos:

- Primer grupo: 100% entrenamiento físico.
- Segundo grupo: 50% entrenamiento físico y 50% motivación.
- Tercer grupo: 75% motivación y 25% entrenamiento físico.

Sorprendentemente, el tercer grupo obtuvo los mejores resultados y una de las conclusiones a las que llegaron fue que el éxito estuvo más ligado a la actitud adecuada que a las habilidades deportivas.

Todos los seres humanos tenemos una buena actitud cuando las cosas van bien, cuando somos estrellas de nuestros equipos y ganamos buenos partidos. Sin embargo, ¿cómo es nuestra actitud cuando nuestro equipo está perdiendo, cuando los árbitros pitan en nuestra contra, cuando los compañeros no nos pasan el balón o cuando el entrenador nos hace responsables de que el equipo pierda? Es entonces cuando la actitud se pone a prueba!

Pensemos por un momento en una empresa que se encuentra al borde de la quiebra, los planes de mercadeo no generan los resultados deseados, el personal está desmotivado y los gerentes han perdido el rumbo. En estos momentos es cuando todo depende de la actitud que tenga el personal que dirige y trabaja en la empresa para salir adelante, sobrevivir y crecer.

¿Cómo podemos lograr una actitud positiva propia y de nuestro personal?

- La actitud positiva es una decisión personal. Es nuestra elección. Debemos creer en nosotros mismos y alcanzar nuestro potencial.
- Entendamos que en toda adversidad encontraremos algo positivo de lo cual hay que aprender. Lo que nos hiere no es la derrota, sino la actitud que adoptamos ante ella.
- Dejemos todos los fracasos en el pasado, ya no se pueden cambiar. Hoy debemos centrarnos en superar las metas propuestas.

- Fortalezcamos nuestra visión de la vida y trabajemos en una estrategia para convertirla en realidad. Determinemos los recursos que necesitamos para lograr las metas. Veamos oportunidades dondequiera que estemos.
- Desarrollemos el hábito de pensar y hablar siempre en positivo, evitemos las críticas, prejuizar a las personas y justificarnos por nuestros errores.
- Mantengámonos siempre ocupados. Una mente ociosa se convierte rápidamente en una mente negativa.
- Comprendamos que nadie puede herirnos sin nuestro consentimiento. Evitemos guardar resentimientos y cualquier deseo de controlar a los demás. Estemos dispuestos a ver lo mejor en ellos.
- Confiemos en que podemos ser creativos para encontrar soluciones adecuadas ante los problemas a los que nos enfrentemos.
- Demos la bienvenida a una crítica amistosa en vez de reaccionar negativamente. Podemos aprender mucho de ella.
- Rodeémonos de personas con actitud positiva. Se contagia.

Lenguaje Asertivo: el mejor estilo de comunicación

El Lenguaje Asertivo es aquel lenguaje que tiene como característica principal la de expresar lo que realmente uno piensa y desea de un modo directo, honesto y de manera adecuada. Se indica de una manera clara cuales son nuestros deseos pero al mismo tiempo mostramos un respeto por la persona con la que hablamos.

Este tipo de lenguaje es mucho más eficaz que una comunicación pasiva o la comunicación agresiva y nos lleva a crear un ambiente mucho más satisfactorio y apropiado para la comunicación eficaz.

Comunicarse con las personas de una manera asertiva, nos permite transmitir nuestras necesidades o deseos legítimos de una manera racional y madura sin por ello provocar molestias o malestar en la otra persona.

La asertividad es una herramienta necesaria y útil no solamente en el mundo laboral actual sino también en el ámbito personal y afectivo de la persona.

Características del Lenguaje Asertivo

El lenguaje no verbal asertivo sería el siguiente:

- Cuerpo firme pero sin rigidez. Postura relajada.
- Establecer contacto visual.
- Sonreír
- No acercarse en exceso a la otra persona.

Lenguaje verbal asertivo:

- "Me gustaría que..."
- "Te necesito para..."

Evitar disculparse con expresiones como

- "Siento tener que pedirte esto, pero..."
- "Si no te molesta, me harías el favor de..."

Pasos para realizar un petición de forma asertiva (S.M.A.R.T)

1. Llame a la persona por su nombre.
2. Exprese su petición claramente
3. Explique las razones
4. Invite a hacer comentarios o dar "explicaciones"
5. Pregunte si necesita algo para cumplir la petición
6. Acuerde con la persona los detalles de cuándo necesitará lo solicitado

Ejemplo:

(1) Guadalupe, (2) necesito que me hagas un informe de ventas de este año. (3) Me lo ha solicitado la dirección para la reunión de mañana y yo estaré fuera todo el día. (4) ¿Qué te parece? (5) Avísame si necesitas ayuda o alguna información. (6) Por favor, envíalo a mi correo electrónico antes de las 5 de la tarde hoy, para revisarlo con anticipación y preparar la junta de mañana.

Muy importante, para terminar, recordemos que ser asertivo no significa tener siempre la razón, sino expresar nuestras opiniones y puntos de vista sinceros y legítimos, sean estos correctos o no. Por supuesto, todos (nosotros y los demás) tenemos también derecho a equivocarnos.

¿Qué acciones tomarás en tu negocio y en tu vida, en este sentido?

Comentarios e Información:

josevillacis@actioncoach.com

www.coachpepevillacis.com Tele. (442) 140-1210

ActionCOACH es una empresa global de Coaching de Negocios, Coaching Ejecutivo y Capacitación Empresarial. Miles de clientes se han beneficiado al trabajar guiados y apoyados por un Coach de **ActionCOACH**, que les muestra cómo alcanzar los objetivos de sus posiciones y sus negocios y los motiva para que alcancen su máximo potencial personal.





VIVE LA REGLA 10/90

Coach Lic. Pepe Villacís, MBA. ActionCOACH. www.coachpepevillacis.com

LO IMPORTANTE NO ES LO QUE TE SUCEDE, SINO CÓMO REACCIONÁS TÚ

¿Qué dice este principio?

El 10% de la vida está relacionado con lo que te pasa.

El 90% de la vida está relacionado por lo forma cómo reaccionas ante ello.

¿Qué quiere decir esto?

Nosotros realmente no tenemos control sobre el 10% de lo que nos sucede.

No podemos evitar que el carro se descomponga, que el avión llegue tarde, lo cual tirará por la borda todo nuestro plan. Un automovilista puede obstaculizarnos en el tráfico. No tenemos control de este 10%.

El otro 90% es diferente. Tú determinas el otro 90%.

¿Cómo?...

Con tu reacción.

Tú no puedes controlar el semáforo en rojo, pero puedes controlar tu reacción. No dejes que la gente se aproveche de ti. Tú puedes controlar cómo reaccionas.

Usemos un ejemplo.

Estás desayunando con tu familia, y tu hija derrama una taza de café y mancha tu camisa.

Tú no tienes control sobre lo que acaba de pasar.

Lo siguiente que suceda será determinado por tu reacción.

Reacción A: Maldices. Regañas severamente a tu hija porque te tiró la taza encima. Ella rompe a llorar. Después de regañarla, te volteas a tu esposa y le echas la culpa por colocar la taza demasiado cerca de la orilla de la mesa. Y sigue una batalla verbal. Tú vociferando, y subes a cambiarte la camisa. Cuando bajas de regreso, encuentras a tu hija demasiado ocupada llorando, terminándose el desayuno y sin estar lista para la escuela. Ella pierde el autobús.

Tu esposa debe irse inmediatamente al trabajo. Tú te apresuras al carro y llevas a tu hija a la escuela. Debido a que tú ya estas atrasado, manejas a 100 kilómetros por hora en una velocidad máxima de 80.

Después de 15 minutos de retraso y obtener una multa de tráfico por \$600, llegas a la escuela. Tu hija corre sin decirte adiós.

Después de llegar a la oficina 20 minutos tarde, te das cuenta que se te olvidó el portafolios. Tu día empezó terrible. Y parece que se pondrá cada vez peor. Ansias llegar a tu casa.

Cuando llegas a tu casa, encuentras un pequeño distanciamiento en tu relación con tu esposa y tu hija.

¿Por qué?

Debido a como reaccionaste en la mañana.

¿Por qué tuviste un mal día?

a) ¿el café lo causó?

b) ¿tu hija lo causó?

c) ¿el policía lo causó?

d) ¿tú lo causaste?

La respuesta es la "d".

Tú no tenías control sobre lo que pasó con el café.

La forma cómo reaccionaste en los 5 segundos posteriores fue lo que causó tu mal día.

Te presento lo que debió haber sucedido.

El café te mancha la camisa. Tú hija está a punto de llorar. Tú gentilmente le dices, está bien cariño, sólo necesitas tener más cuidado la próxima vez.

Después de cambiarte la camisa y tomar tu maletín, regresas abajo, miras a través de la ventana a tu hija tomando el autobús. Ella voltea y te dice adiós con la mano.

¿Notas la diferencia?

Dos escenarios diferentes. Ambos empezaron igual. Ambos terminaron diferente.

¿Por qué?

Tú realmente no tienes control sobre el 10% de lo que sucede. El otro 90% se determinó por tu reacción.

Aquí están algunas formas de aplicar el principio 90/10.

Si alguien te dice algo negativo, no lo tomes muy a pecho. Deja que el ataque caiga como el agua sobre el aceite. No dejes que los comentarios negativos te afecten.

Reacciona apropiadamente y no arruinarás tu día. Una reacción equivocada podría resultar en la pérdida de un amigo, ser despedido, te puedes estresar, etc.

¿Cómo reaccionas si alguien se te cierra en el tráfico?...

¿Pierdes el control?

¿Golpeas sobre el volante? (se sabe de casos en que se ha desprendido el volante)

¿Maldices?

¿Te sube la presión?

¿A quién le preocupa que llegues 10 segundos tarde al trabajo? ¿Por qué dejar que los carros te arruinen el viaje?

Recuerda el principio 90/10 y no te preocupes por eso.

Si perdiste el empleo ¿Por qué perder el sueño y ponerte furioso? No funcionará. Usa la energía de tu preocupación y el tiempo, para encontrar otro trabajo.

El avión está atrasado. Va a arruinar la programación de tu día. ¿Por que manifestar frustración con el encargado de la aerolínea? Ella/El no tiene control de lo que está pasando.

Usa tu tiempo para estudiar, conocer a otros pasajeros, ¿Por qué estresarse? Eso hará que las cosas se pongan peor.

Ahora ya conoces el principio 90/10.

Aplicalo y quedarás maravillado con los resultados.

No perderás nada si lo intentas. Por el contrario, tienes mucho que ganar.

El principio 90/10 es excelente. Muy pocos conocen y aplican este principio.

¿El resultado?

Millones de personas están sufriendo de un estrés que no vale la pena, sufrimientos, problemas y dolores de cabeza.

Todos debemos entender y aplicar el principio 90/10.

¿Qué acciones tomarás en tu negocio y en tu vida, en este sentido?

Comentarios e Información:

josevillacis@actioncoach.com

www.coachpepevillacis.com Tele. (442) 140-1210

ActionCOACH es una empresa global de Coaching de Negocios, Coaching Ejecutivo y Capacitación Empresarial. Miles de clientes se han beneficiado al trabajar guiados y apoyados por un Coach de **ActionCOACH**, que les muestra cómo alcanzar los objetivos de sus posiciones y sus negocios y los motiva para que alcancen su máximo potencial personal.





NO SON LOS DEMÁS, ERES TÚ

Coach Lic. Pepe Villacís, MBA. ActionCOACH. www.coachpepevillacis.com

¿Quién te hace sufrir? ¿Quién te rompe el corazón? ¿Quién te lastima? ¿Quién te roba la felicidad o te quita la tranquilidad? ¿Quién controla tu vida?...

¿Tus padres? ¿Tu pareja? ¿Un antiguo amor? ¿Tu suegra? ¿Tu jefe?...

Viktor Frankl, neurólogo, psiquiatra, sobreviviente de los campos de concentración del holocausto y el fundador de la disciplina que conocemos hoy como Logoterapia, nos enseña lo siguiente al respecto.

Podrías armar toda una lista de sospechosos o culpables. Probablemente sea lo más fácil. De hecho sólo es cuestión de pensar un poco e ir nombrando a todas aquellas personas que no te han dado lo que te mereces, te han tratado mal o simplemente se han ido de tu vida, dejándote un profundo dolor que hasta el día de hoy no entiendes.

Pero ¿sabes? No necesitas buscar nombres. La respuesta es más sencilla de lo que parece, y es que nadie te hace sufrir, te rompe el corazón, te daña o te quita la paz. Nadie tiene la capacidad al menos que tú le permitas, le abras la puerta y le entregues el control de tu vida.

Llegar a pensar con ese nivel de conciencia puede ser un gran reto, pero no es tan complicado como parece. Se vuelve mucho más sencillo cuando comprendemos que lo que está en juego es nuestra propia felicidad. Y definitivamente, el peor lugar para colocarla es en la mente del otro, en sus pensamientos, comentarios o decisiones.

El hombre sufre no por lo que le pasa, sino por lo que interpreta. Muchas veces sufrimos por tratar de darle respuesta a preguntas que taladran nuestra mente como: ¿Por qué no me llamó? ¿No piensa buscarme? ¿Por qué no me dijo lo que yo quería escuchar? ¿Por qué hizo lo que más me molesta? ¿Por qué se me quedó viendo feo?...y muchas otras que por razones de espacio voy a omitir.

No se sufre por la acción de la otra persona, sino por lo que sentimos, pensamos e interpretamos de lo que hizo, por consecuencia directa de haberle dado el control a alguien ajeno a nosotros. Lo más curioso e injusto del asunto es que la gran mayoría de las personas que no "lastimaron", siguen sus vidas como si nada hubiera pasado; algunas inclusive ni se llegan a enterar de todo el teatro que estás viviendo en tu mente.

Un claro ejemplo de la enorme dependencia que podemos llegar a tener con otra persona es cuando hace algunos años alguien me dijo:

"Necesito que mi esposo me diga que me quiere aunque yo sepa que es mentira. Sólo quiero escucharlo de su boca y que me visite de vez en cuando aunque yo sé que tiene otra familia; te lo prometo que ya con eso puedo ser feliz, y me conformo, pero si no lo hace... siento que me muero".

¡Increíble! Yo me quedé frío ¿Realmente esa será la auténtica felicidad? ¿No será un martirio constante que alguien se la pase decidiendo nuestro estado de ánimo y bienestar? Querer obligar a otra persona a sentir lo que no siente... ¿no será un calvario voluntario para nosotros?

No podemos pasarnos la vida cediendo el poder a alguien más, porque terminamos dependiendo de elecciones de otros, convertidos en marionetas de sus pensamientos y acciones.

Definitivamente nadie puede decidir por nosotros. Nadie puede obligarnos a sentir o a hacer algo que no queremos, tenemos que vivir en libertad. No podemos estar donde no nos necesiten ni donde no quieran nuestra compañía. No podemos entregar el control de nuestra existencia, para que otros escriban nuestra historia. Tal vez tampoco podamos controlar lo que pasa, pero sí decidir cómo reaccionar e interpretar aquello que nos sucede.

La siguiente vez que pienses que alguien te lastima, te hace sufrir o controla tu vida, recuerda: **No es él, no es ella...ERES TÚ** quien lo permite y está en tus manos volver a recuperar el control.

"Al hombre se le puede arrebatar todo, salvo una cosa: La última de las libertades humanas - la elección de la actitud personal que debe adoptar frente al destino - para decidir su propio camino"

¿Qué acciones tomarás en tu negocio y en tu vida, en este sentido?

Comentarios e Información:

josevillacis@actioncoach.com

www.coachpepevillacis.com Tele. (442) 140-1210

ActionCOACH es una empresa global de Coaching de Negocios, Coaching Ejecutivo y Capacitación Empresarial. Miles de clientes se han beneficiado al trabajar guiados y apoyados por un Coach de **ActionCOACH**, que les muestra cómo alcanzar los objetivos de sus posiciones y sus negocios y los motiva para que alcancen su máximo potencial personal.



AYUDANDO A TU GENTE A CAMBIAR

Coach Lic. Pepe Villacís, MBA. ActionCOACH. www.coachpepevillacis.com

Cómo Impulsar el Cambio en nuestra Gente

¿Cómo usted y yo podemos ayudar a transformar la actitud, el comportamiento y las acciones de un colaborador?

¿Cómo podemos impulsarlo a aceptar el cambio como lo que es: una oportunidad para aportar a la empresa, para consolidarse, e incluso para desarrollarse y surgir como una persona positiva y contributiva?.

Cuando tenemos entre nuestro equipo humano a algún colaborador que, por alguna razón, no está produciendo o desempeñándose de acuerdo con lo esperado, su reto como Líder será ayudarle a modificar la actitud, el comportamiento y las acciones que están perjudicando a esa persona y al equipo de trabajo.

Y lo debemos hacer de manera correcta, con la metodología adecuada, y con el nivel de ética y de responsabilidad necesarios.

Permítanos resumirle diez pasos clave que todo líder puede emplear, para ayudar a transformar a un miembro de su equipo.

1. Aclaremos bien qué queremos que pase.

Definamos en qué queremos que cambie, exactamente. Cuál es el comportamiento que deseamos que él o ella adopte. Esto es importante. Es como la meta. Hoy estamos aquí con él, y queremos llegar mañana a otro punto ideal. Si usted como el facilitador del cambio —o la transformación, que suena mejor—no está bien claro hacia dónde quiere guiar a ese colaborador, ¡le va a costar trabajo llevarlo a su destino!

2. Identifiquemos cuál es la actitud que presenta él hacia el cambio.

En este asunto de cambiar, de aceptar el cambio o resistirnos a él, se han identificado tres etapas básicas. Primero está cuando el individuo evita y niega el cambio, e incluso lo ataca abiertamente. Otra etapa o condición es cuando la persona acepta el cambio. Otra más —que no sería el caso del que hablamos hoy—es cuando más bien creen en el cambio y hasta se encargan de impulsarlo. Conocer cómo se comporta el individuo frente al cambio nos ayudará a plantear mejor nuestro plan de acciones.

3. Armemos una estrategia.

Esto es clave. Modificar un comportamiento no es resultado de la improvisación: tenemos que planificar, debemos contar con un plan. A veces hasta es necesario involucrar a otras personas. Dentro de esta estrategia, una de las mejores herramientas con que usted deberá contar es una buena, abierta y estratégica técnica de comunicación.

4. Tomemos el enfoque positivo y constructivo.

Hay dos formas de hacer que las personas cambien... o al menos que hagan lo que queremos. Una es la negativa, cuando le decimos “hágalo porque yo soy el jefe” y lo amenazamos. Y otra es la positiva, cuando ponemos nuestra confianza en el individuo y le decimos: “Usted puede hacerlo, sé que lo puede lograr”.

5. Veamos la situación desde la perspectiva de él o de ella.

¿Qué siente él? ¿Por qué ha actuado así hasta ahora? ¿Qué querría él ganar si adoptara este cambio? Eso se llama empatía. Es ponernos en los zapatos del colaborador e intentar ver las cosas desde su ángulo. Cuando usted lo logra, se convierte en un mejor facilitador y vendedor de la idea del cambio.

7. Reconozcamos hasta el más mínimo avance.

Esta es una de las reglas más impactantes y efectivas de cualquier modelo de transformación del comportamiento. Muchas veces esperamos ver una total transformación de la otra persona para, ahora sí, reconocerle que cambió. Por el contrario, debemos mantener los ojos abiertos para descubrir cualquier indicio de que lo está intentando, y reconocérselo de inmediato. Se llama la técnica del “reforzamiento positivo” y es una de las que mejores resultados trae en el corto y mediano plazo.

8. Aceptemos los altibajos de la naturaleza humana.

Vale que comprendamos que esa persona a quien usted está intentando ayudar para que modifique un comportamiento, va a ser afectada anímica y emocionalmente por otro montón de estímulos independientes de la Institución. Lo que le pase en la casa, con un hijo, con su cónyuge, definitivamente lo afectará en el trabajo. Así que no espere que todo marche bien para el resto de la vida. Tenga presente que vendrán altibajos, vueltas atrás... pero que usted, como líder bien preparado, tendrá el recurso de la persistencia de su lado.

9. Aceptemos que el cambio es un proceso.

Coincidente con lo anterior, no podemos esperar milagros. El cambio no sucede de la noche a la mañana. Sí se puede ayudar a cambiar a una persona, pero la velocidad del proceso no es la misma en todos los casos. Dependerá mucho de la situación. Generalmente si tenemos años comportándonos de cierta manera, no será tan fácil cambiar viejos hábitos o viejas actitudes. Dicen los japoneses que no importa si sólo avanzamos una pulgada hacia la siguiente base cada día. Que lo que importa es que avancemos aunque sea un poquito cada día, y que si así lo hacemos... algún día llegaremos.

10. Finalmente, recuerde que el mejor recurso para el cambio... es usted con su ejemplo.

Ya lo hemos dicho en otras oportunidades. El jefe, el líder, es el primero que debe ser ejemplo vivo del comportamiento que solicita o que espera. Usted predica mejor con una sola acción, que con mil palabras. Su gente lo está mirando. Ese colaborador al que usted está impulsando a que cambie, lo mira a usted más intensamente que ningún otro. ¿Por qué? Porque está esperando ver si usted hace lo que predica... o no. Usted es un modelo, y en esta técnica de cambio, el efecto cascada surtirá un efecto contundente... para bien o para mal.

¿Qué acciones tomarás en tu negocio y en tu vida, en este sentido?

Comentarios e Información:

josevillacis@actioncoach.com

www.coachpepevillacis.com Tele. (442) 140-1210

ActionCOACH es una empresa global de Coaching de Negocios, Coaching Ejecutivo y Capacitación Empresarial. Miles de clientes se han beneficiado al trabajar guiados y apoyados por un Coach de ActionCOACH, que les muestra cómo alcanzar los objetivos de sus posiciones y sus negocios y los motiva para que alcancen su máximo potencial personal.





COMUNICACIÓN EFECTIVA: S.M.A.R.T.

Coach Lic. Pepe Villacís, MBA. ActionCOACH. www.coachpepevillacis.com

Hay coincidencia entre los especialistas en afirmar que, de todas las habilidades que un empresario o directivo necesita, probablemente la más importante sea la de las comunicaciones interpersonales.

El trabajo del directivo transcurre en un proceso constante de recepción y transmisión de información. En sus comunicaciones “hacia afuera” de la organización, el directivo establece un puente entre su entidad y el entorno, establece relaciones, facilita procesos, recibe retroalimentación sobre la percepción que existe del trabajo de su entidad, identifica oportunidades que puede aprovechar, así como amenazas para las que deberá prepararse. En fin, recibe un conjunto de informaciones que le permiten establecer estrategias, modificar decisiones, identificar nuevos cursos de acción.

En sus comunicaciones “hacia adentro”, actualiza a sus integrantes sobre nuevas situaciones y enfoques, imparte instrucciones, identifica preocupaciones de la gente, motiva y ejerce influencia, verifica la interpretación y ejecución de sus decisiones, educa al personal en los valores y cultura que dan coherencia al colectivo, entre otras cosas.

Los principales medios que utiliza el directivo para comunicarse son: reuniones, conversaciones cara a cara, formales o informales, el teléfono, documentos escritos (circulares, instrucciones, cartas personales) y, en años más recientes, el correo electrónico. Cada medio de comunicación tiene sus ventajas y limitaciones.

A pesar de los avances producidos en los últimos años en las comunicaciones electrónicas, la vía más utilizada por los directivos, inclusive incrementada según investigaciones recientes, es la comunicación oral. La comunicación cara-cara, como instrumento de intercambio de información y de influencia sobre las personas tiene ventajas que no pueden sustituirse por otras vías, ni medios técnicos, como son: la retroalimentación inmediata, que permite verificar la comprensión y el efecto del mensaje transmitido; obtener la información que transmite el lenguaje gestual, corporal o no hablado; la riqueza de matices que se introducen con la entonación, el ritmo, el énfasis; la posibilidad de transmitir, captar y generar sentimientos.

Pero también, puede ser generadora de incomprendiones, actitudes defensivas, rechazo, conflictos, más que cualquier otra vía de comunicación. Cuando se escribe, se puede volver atrás, suavizar expresiones. Después que se dice algo es más difícil la rectificación. Por eso, según Edward de Bono, la principal fuente de conflictos son las malas comunicaciones interpersonales.

Entre las leyes que los especialistas han identificado para lograr comunicaciones efectivas, las dos principales son: “Lo importante no es lo que dice el emisor sino lo que entiende el receptor” y, “Tan importante como lo que se dice es cómo se lo dice”. En ambas, se destaca la responsabilidad que tiene el emisor en el logro de una comunicación efectiva.

COMUNICACIÓN S.M.A.R.T.

S.M.A.R.T es un acrónimo inglés y sirve para marcar principios que nos ayuden a clarificar y mantener una gran efectividad en nuestra comunicación, en todas las áreas de nuestra vida.

Cualquier mensaje, instrucción, correo electrónico, conversación, discurso, meta o proyecto debe cumplir con los siguientes estándares S.M.A.R.T:

S - Específico

M - Medibles

A - Alcanzable

R - Realista

T - Plazo (en un tiempo determinado)

Específico: Deben ser tan claras, completas y entendibles, que son comprendidas al 100% por todos los receptores, incluso –en temas complejos- debes asegurarte y verificara que así sucede.

Medibles: Debes dejar claro cómo se va a medir lo que estás solicitando o lo que estás planeando, de manera que las personas que interactúan contigo, se puedan enfocar y hacer lo necesario para conseguirlo.

Alcanzables: Dar instrucciones o solicitar tareas con plazos o estándares de desempeño inalcanzables contribuye al escepticismo, y las comunicaciones que tienen esas características, son dañinas para el equipo y la organización.

Realistas: Ser irrealista a la hora de plantear peticiones en su comunicación, nos desmotivará e impedirá que continuemos peleando por nuestras metas.

Tiempo: Trabajar contra plazos es la única forma de romper la inmovilidad y lograr que las personas salgan de su zona de comodidad y actúen.

10 MANDAMIENTOS PARA COMUNICACIÓN EFECTIVA

1. Piense con la cabeza, antes de hablar con la boca.
2. Precise los objetivos que quiere lograr y las mejores estrategias para lograrlo.
3. Adapte lo que quiere decir al receptor y a la situación.
4. Seleccione el momento, el lugar, y el canal oportunos y adecuados.
5. Recuerde que la forma en que diga algo es tan importante como lo que se dice.
6. Evite expresiones que puedan dificultar el razonamiento y generar posiciones defensivas.
7. Obtenga cierta “retroalimentación” del receptor, para cerciorarse de que el mensaje ha sido entendido correctamente.
8. Mantenga una actitud de “Escucha Activa”, centre la atención en lo fundamental de lo que se dice, sea empático, trate de identificar sentimientos.
9. Muéstrole al otro que usted tiene interés en lo que él dice.
10. Sea flexible, adapte su expresión y estilos a la situación que se genere en el diálogo.

¿Qué acciones tomarás en tu negocio y en tu vida, en este sentido?

Comentarios e Información:

josevillacis@actioncoach.com

www.coachpepevillacis.com Tele. (442) 140-1210

ActionCOACH es una empresa global de Coaching de Negocios, Coaching Ejecutivo y Capacitación Empresarial. Miles de clientes se han beneficiado al trabajar guiados y apoyados por un Coach de ActionCOACH, que les muestra cómo alcanzar los objetivos de sus posiciones y sus negocios y los motiva para que alcancen su máximo potencial personal.



ESCUCHAR CON LA MENTE Y EL CORAZÓN

Coach Lic. Pepe Villacís, MBA. ActionCOACH. www.coachpepevillacis.com

La escucha es uno de los elementos más importantes y más difíciles del proceso comunicativo. Bien se dice, que si Dios nos creó con dos orejas, dos ojos y una sola boca, es porque tenemos que escuchar y ver dos veces antes que hablar.

Con frecuencia estamos más pendientes de lo que nosotros decimos que de lo que dicen los demás, perdiendo con ello la esencia de la comunicación: compartir información.

Al sentirse escuchada, se eleva la autoestima de la persona que habla. Lo que la gente dice, sea lo que sea, es importante para ella. Al escucharla con atención, le estás expresando que para ti tiene valor lo que está diciendo y ella misma como persona. Por lo tanto, se genera un clima positivo para la comunicación y las relaciones interpersonales, y estás provocando a que la otra persona te trate con idéntico respeto y consideración.

Dos Tipos de Escucha

Escucha Activa: cuando escuchamos la parte verbal de la comunicación y también percibimos la no verbal, con toda la información que proporcionan ambas. La escucha activa nos permite colaborar activamente con el proceso de comunicación y contribuir a que éste se desarrolle adecuadamente. Este tipo de escucha proporciona la imprescindible “retroalimentación”.

Escucha Competitiva/Combativa: cuando no mostramos interés en escuchar e interrumpimos constantemente con la intención de ser escuchados; me interesa más hablar, de “mi historia”, que escuchar. Escuchamos esperando una apertura de espacio, una falla o punto débil para comenzar a hablar. Se pretende poner atención pero estamos impacientemente esperando para interrumpir o internamente formulado nuestra historia; a veces para destruir un argumento, o salir victoriosos o superiores.

¿Cómo crear el hábito de la Escucha Activa?

A la hora de utilizar la escucha activa es recomendable utilizar algunas de las siguientes técnicas:

- Mostrar empatía, es decir, ponernos en el lugar de la otra persona
- Parafrasear. Este concepto supone decir con las propias palabras lo que parece que el emisor/a acaba de decir
- Utilizar palabras de refuerzo que animen al emisor/a a seguir comunicándose
- Resumir, para mostrar al emisor/a nuestro grado de comprensión o de la necesidad de mayor aclaración
- Utilizar expresiones de aclaración que nos permitan sintetizar y comprender la información

Cuando otras personas se dan cuenta que los estás invitando a hablar o expresarse, su primer instinto será abrirse más. Es un ciclo recíproco positivo: tú ayudas a la gente convirtiéndote en un recipiente donde vuelcan sus ideas o sentimientos, y de esta forma ellos confiarán más en ti, lo que lleva a mejores relaciones.

Elementos que entorpecen la escucha activa

- Las distracciones. La curva de la atención se inicia en un punto muy alto, disminuye a medida que el mensaje continúa y vuelve a ascender hacia el final del mensaje. Debemos cuidar nuestro nivel de atención, sobre todo en el punto medio de la conversación
- Interrupciones a la persona a la que habla
- Realizar juicios sobre la persona que habla

- Ofrecer ayuda o soluciones prematuras
- Contar "tu historia" cuando la otra persona está intentando contar la suya
- Contra argumentar continuamente, querer siempre tener la razón en todo.
- Tener las respuestas al problema de la otra persona, antes incluso de que lo haya contado (“Síndrome del Experto/a”)
- Interrumpir innecesariamente: siempre se debe dejar que la otra persona complete la idea que expone. No se trata solamente de que interrumpir a alguien es grosero, sino que afecta el hilo de pensamiento del hablante.

Las “10 Reglas de la Buena Escucha” de Keith Davis

1. Deja de hablar. Tú no puede escuchar si estás hablando
2. Haz que el que habla se sienta cómodo. Ayúdalo a sentirse que es libre de hablar.
3. Demuéstrale que deseas escucharlo. Actúa como si estuvieras sinceramente interesado. No leas o mires la computadora o el teléfono mientras te hablan.
4. Elimina y evita las distracciones. No te distraigas jugando con pedazos de papel, escribiendo en su celular, etc.
5. Trata de ser empático con el otro. Trata de ponerte en su lugar, de manera que puedas comprender su punto de vista.
6. Sé paciente. Dedicale el tiempo necesario, no interrumpas.
7. Mantén la calma y el buen humor. Una persona enojada toma el peor sentido de las palabras que escucha.
8. Evita discusiones y críticas, sé prudente con tus argumentos. Esto pone al otro “a la defensiva”, tiende a predisponerlo.
9. Haz preguntas. Esto estimula al otro y muestra que estás escuchando, además de ayudar a desarrollar otros temas. (Esta es otra de las características de los negociadores exitosos, preguntar mucho).
10. Cállate y Escucha. Deja de hablar. Esto es lo más importante. Todas las otras reglas dependen de esto. Tú no puedes ser un buen escucha mientras estés hablando o si eres una de esas personas con el mal hábito de responder contando una historia similar de sí misma, ¡nadie te está preguntando a tí!

¿Qué acciones tomarás en tu negocio y en tu vida, en este sentido?

Comentarios e Información: josevillacis@actioncoach.com - www.coachpepevillacis.com - Tele. (442) 140-1210



CORREGIR SIN OFENDER NI LASTIMAR

Coach Lic. Pepe Villacís, MBA. ActionCOACH. www.coachpepevillacis.com

Cuando se tiene la responsabilidad de ser dueño de un negocio, jefe o líder de proceso o gerente de una división, una de las habilidades más apreciadas (y escasas!) es la de saber llamar la atención y no afectar de modo negativo el clima laboral o convertirse en un agente de conflicto cuando en realidad se pretendía lo contrario.

Queda claro que esta habilidad no es fácil de desarrollar y menos cuando el llamado de atención que realizamos ocurre al calor de las circunstancias que requieren con urgencia intervenir en el desarrollo de una actividad que debe ser corregida y que por lo tanto es urgente reparar el efecto de una mala decisión o de una acción que resultó desafortunada para la buena gestión de la empresa. En términos más claros, cuando hacemos el llamado de atención en público.

Uno de los componentes de la habilidad, de saber hacer llamados de atención, es el reconocimiento de que algunas de nuestras funciones y de nuestra responsabilidad es orientar de modo positivo, preventivo e incluso correctivo a las personas que hacen parte de nuestro equipo de trabajo.

Ahora bien, muchas veces, cuando actuamos como jefes, sentimos temor de confrontar o de pedir explicaciones, en muchas ocasiones preferimos tercerizar el llamado de atención (le hablo a Pedro para que me escuche Juan), y no lo abordamos directamente. En este sentido vale la pena considerar que los llamados de atención hacen parte del proceso de la gestión que realizamos.

En algunas ocasiones encontramos que el llamado de atención se hace en público y sin tener en cuenta quienes están presentes, quizá por la situación que se vive o por las condiciones en que ocurre el evento, sin embargo es preciso recordar que parte de la credibilidad, respeto y confianza que nos tienen los colaboradores nacen precisamente de la forma como se realizan la correcciones y llamados de atención.

Llamar la atención en público puede ser a veces más nocivo que no llamar la atención, ya que se perturba el clima laboral, se genera un conflicto interno en el afectado y puede llegar, si se trata de otro jefe o persona con alguna autoridad, a perder autoridad y respeto con el grupo de personas que fueron testigos del hecho, agravándose cuando se encuentra con sus colaboradores, clientes o personas con las cuales se relaciona frecuentemente.

Quien recibe el llamado de atención se siente subvalorado e incluso humillado, es una reacción comprensible que lleva a procesos de desmotivación laboral y a cuestionar la idoneidad del jefe y su capacidad para ser líder. Este tipo de reacciones comienzan a crear situaciones de mediano y largo plazo que pueden terminar en eventos de conflicto en ocasiones no deseables.

Respuestas ante el llamado de atención

Independientemente de si se tiene o no razón, su ser sufre y la autoestima baja. Además el ego reacciona y lo puede hacer de varias maneras, entre ellas podemos mencionar las siguientes:

- Silencio sumiso y aceptación de la superioridad del otro. Esto comienza a crear una situación de malestar interno en el colaborador que recibe y acepta sin controvertir la conducta de quien considera su superior. Estas actitudes sumisas pueden llevar a explosiones que se manifiestan en agresiones a los compañeros o peor aún a su familia que recibe por extensión el malestar que siente en la organización.
- Respuesta asertiva sobre las razones del hecho. Encontramos también personas que son capaces de argumentar de modo proactivo las explicaciones para los hechos y no permiten que el lenguaje se torne agresivo o violento. En cuanto existe la posibilidad de generar un debate saludable que permite incluso mejorar la gestión.
- Agresión de palabra o incluso de hecho. Algunos jefes sienten temor a la reacción de los colaboradores y por tanto prefieren abordar los hechos con un lenguaje agresivo, de tal manera que no queda más

opción que escuchar resignadamente para no poner en riesgo el puesto o contestar y asumir las consecuencias.

Ahora bien, el comportamiento típico o por lo menos más común que evidenciamos en nuestras organizaciones, tiene que ver con que la mayoría de las personas prefiere reaccionar con el silencio, dejando de lado sus argumentos y razones por temor a perder el trabajo o de crear situaciones bastante incómodas en el futuro cercano.

No obstante, esta actitud motiva al superior a repetir la conducta en ocasiones posteriores ya que considera que es la manera como se debe hacer el llamado de atención, es un triunfo para las malas maneras y un antecedente que deja de convertirse en reprochable a ser pregonado como alternativa para que la gestión funcione.

Los jefes que gritan e insultan a sus colaboradores están creando todas las condiciones para que los resultados comiencen a ser deficientes o por lo menos no ajustados a las expectativas requeridas, como por ejemplo; la rotación de personal puede comenzar a incrementarse, las ausencias y las incapacidades por enfermedad también, etc.. Ser un ogro tiene sus ventajas, pero sin duda puede crear una distancia que tiene consecuencias en la gestión.

También es posible que se sienta inseguro para sostener una conversación privada con el subalterno y prefiera explotar públicamente para ganar confianza o exponerse con argumentos que quizá le faltan, a pesar de la incomodidad del momento. Los jefes que no tienen la habilidad comunicativa orientada a saber escuchar y saber mantener una conversación prefieren estos escenarios públicos que les garantiza momentáneamente protagonismo, sin embargo se exponen al ridículo porque quizá su argumento no sea lo suficientemente sólido sino que sea todo lo contrario.

¿Cómo corregir con habilidad gerencial?

Esta reflexión es una invitación a los jefes, gerentes y sobre todo dueños de empresas que en su trato diario exponen a sus colaboradores en sus debilidades y sobre todo porque desconocen los esfuerzos, intenciones y preocupaciones que hay detrás de cada acción, de tal manera que es importante también saber cómo corregir ya que esto sin duda propicia un mejor trabajo y por su puesto un mejor resultado.

Llamar la atención es, además de una habilidad, una oportunidad para mejorar la gestión de los ejecutivos para desarrollar una mejor relación laboral y convertir al colaborador en una persona capaz de asumir las consecuencias de sus actos sin el temor a sentirse descalificado frente a sus compañeros.

El arte está precisamente en el reconocimiento de mis fortalezas como jefe para abordar con mis colaboradores de modo proactivo y propositivo las situaciones que se viven en el día a día de la organización, entender que la comunicación interpersonal es importante para mantener un clima acorde con la cultura empresarial donde se reconoce que los errores son parte de la condición humana pero la manera de aproximarse a ellos puede variar e incluso pueden convertirse en una oportunidad de crecimiento personal y empresarial.

La invitación de esta reflexión es para que promovamos con nuestro equipo la conversación personal, en un clima de cercanía y confianza, en privado de tal manera que podamos escuchar también la otra parte y especialmente reconocer que una reunión privada nos permite:

- Limar asperezas. Evitar el conflicto que puede conllevar un evento de discusión pública donde como jefe nos exponemos a equivocarnos o dejarnos llevar por las emociones negativas y crear situaciones de las cuales quizá nos tengamos que arrepentir después.
- Aclarar malos entendidos. Ofrecernos la oportunidad de contextualizar los hechos, reconocer los puntos de vista y encontrar los acuerdos que nos permitan avanzar en la relación laboral.
- Dar la oportunidad de aceptar o rectificar la acción que motiva el llamado de atención.

Tenga en cuenta que hacer los llamados de atención de modo personal y privado, mantiene el clima laboral además de hacer que los gerentes ganen y mantengan su propia credibilidad ante toda la organización.

¿Qué acciones tomarás en tu negocio y en tu vida, en este sentido?

Comentarios e Información: josevillacis@actioncoach.com - www.coachpepevillacis.com - Tele. (442) 140-1210



CONSTRUYA UN EQUIPO GANADOR

Coach Lic. Pepe Villacís, MBA. - ActionCOACH - www.coachpepevillacis.com

Para cualquier empresa la labor en conjunto es vital. Más aún si se piensa que las organizaciones que fomentan este tipo de actividades obtienen resultados beneficiosos, tanto para las utilidades, como para sus trabajadores, que son su motor.

Si bien es cierto existen distintos niveles jerárquicos, todos los integrantes de una compañía son estrictamente necesarios para que los planes y proyectos puedan llegar a buen puerto.

El trabajo en equipo significa principalmente la suma de ideas y proyectos individuales de todos los integrantes de una entidad que en conjunto hacen que esta funcione adecuada y eficazmente.

Podemos mencionar como ventajas del trabajo en equipo las siguientes:

1. Permite que sea más fácil la consecución de objetivos
2. Contribuye al mejoramiento de la calidad de vida de los miembros
3. Agrega valor a los procesos
4. Cada integrante puede poner al servicio del equipo sus competencias
5. Permite compartir las metas y objetivos del trabajo

En el largo plazo, el contar con un personal leal, de alta calidad humana y profesional, es la única ventaja competitiva permanente que la empresa puede tener.

Todo lo demás, tecnología, equipos, procesos, recursos naturales, pueden ser adquiridos en el mercado.

UN EQUIPO HUMANO DE ALTA CALIDAD NO COMPRA, SE CONSTRUYE

El trabajo en equipo debe convertirse en UNA FILOSOFIA DE GESTIÓN, capaz de impregnar toda la cultura laboral y no en un recurso inusual o fuera de lo común.

El factor humano es, sin lugar a dudas, el punto de apoyo y la palanca de todos los procesos empresariales. Es el grupo humano (equipo de dirección y todos los trabajadores) quien es capaz de darle coherencia al trabajo de cada subsistema empresarial, usa o no usa la información para tomar decisiones, fomenta o no el espíritu innovador, estudia el mercado y diseña estrategias competitivas.

El acrónimo Inglés TEAM nos permite entender el verdadero valor del equipo de trabajo, que la suma de las partes individuales sea más que una simple agregación o sumatoria, sino que el hecho de trabajar en equipo, abra las puertas a un factor multiplicativo, que cada persona consiga más de sus propios objetivos, por el hecho de ser parte de un equipo de trabajo. TEAM; Together Everyone Achieves More. Juntos, cada uno consigue más.

PRIMERA CLAVE: LIDERAZGO CLARO Y FIRME

El liderazgo es el proceso de influir en otros y apoyarlos para que trabajen con entusiasmo en el logro de objetivos comunes. Se entiende como la capacidad de tomar la iniciativa, gestionar, convocar, promover, incentivar, motivar y evaluar a un grupo o equipo. Es el ejercicio de la actividad ejecutiva en un proyecto, de forma eficaz y eficiente, sea éste personal, gerencial o institucional.

El liderazgo implica que haya una persona (líder) que pueda influir y motivar a los demás (seguidores). De ahí que en los estudios sobre liderazgo se haga énfasis en la capacidad de persuasión e influencia. Tradicionalmente, a la suma de estas dos variables se le ha denominado carisma. Una fortaleza del liderazgo radica en la capacidad para mostrarse claro y firme, con lo cual los trabajadores comprenden lo que se espera exactamente de ellos.

Esta habilidad consiste en poder decir no de un modo claro y rotundo. En definir normas de rendimiento o calidad adecuadamente elevadas e insistir en que se cumplan, exponiendo incluso públicamente el grado de eficacia de cada uno de los implicados en el caso de que sea necesario.

Además, dar ejemplo de congruencia entre sus palabras y su propia conducta, el verdadero líder, lidera con el ejemplo.

Los líderes más eficaces son cordiales, sociables, expresivos, democráticos y honrados, una impronta que llega a afectar a todos sus subordinados. Por el contrario, los líderes menos eficaces son más duros, intransigentes, distantes, irritables, burocráticos y menos cooperadores y también lo son sus subordinados. Los líderes sobresalientes se relacionan con todo el mundo, interesándose por su familia y sus cuestiones personales. También destacan por su deseo de mantenerse informados y por crear un clima de sinceridad que favorecer la comunicación.

Siempre se ha dicho que los éxitos son el fruto de un poco de habilidad y mucho de transpiración y esfuerzo. La fuente de energía es la Pasión, el deseo y las ganas con que se enfrentan las cosas. Querer lo que se hace, quererse así mismo, querer a los demás, querer hacer la diferencia. Todos tenemos miles de ejemplos, de la diferencia que se alcanza cuando hacemos las cosas con gusto y pasión. Nos salen mejor las cosas, nos concentramos en su logro, persistimos y sacamos fuerzas de donde no las tenemos. El líder debe irradiar pasión y fomentarla dentro de su gente.

SEGUNDA CLAVE: OBJETIVO COMUNES Y COMPARTIDOS

¿Qué es un equipo? La definición es simple: equipo es un conjunto de personas organizadas que tienen un objetivo común. Dos conceptos fundamentales:

1. Organización: el simple agregado de individuos no forma un equipo. Si cada uno trabaja por su cuenta, el grupo de profesionales no es un equipo, aunque esté trabajando en la misma oficina. Lo que une el trabajo es la guía de un coordinador, la presencia de un líder.

2. Un objetivo común: tener un mismo objetivo es lo que cohesiona y proporciona un rumbo al equipo. Lograr una meta determinada es el motor que le da actividad al grupo. El objetivo común es el elemento que aglutina, que integra todo el trabajo. Todos los miembros deben tener muy claro cuál es el objetivo que se quiere lograr, compartirlo y sentirse partícipes del proceso.

El trabajo en equipo produce resultados superiores a los que se obtendrían de la suma del trabajo individual de cada uno de sus miembros. En un equipo verdadero, nunca el beneficio causado por una sola persona es mayor al beneficio causado por todo el grupo. El desarrollo de una visión de equipo, construida por todos los miembros, permite que todos se sientan partícipes, que se involucren y se inspiren.

Por eso, independientemente del tamaño, se debe definir claramente la Visión del Negocio:

La Visión indica el deseo de ser de una organización hacia el futuro. Puede ser descrita como lo que lleva a la misión futura a realizar por la organización para satisfacer las necesidades y expectativas futuras de los clientes. Es una visualización de cómo será el futuro de una organización. Define cómo la organización, a través del esfuerzo y del compromiso genuino de su gente encaminará todas sus acciones a hacer lo que tiene que hacer en la creación del paquete de valor, logrando así su trascendencia. En pocas palabras la Visión sugiere una Misión futura a ser realizada en ese sitio donde se quiere estar.

Una Visión debe:

- Proveer el camino a seguir para llegar al lugar deseado.
- Generar entusiasmo acerca de esa dirección que lleva al futuro.
- Generar confianza en el liderazgo.
- Ofrecer criterios claros para el éxito.

TERCERA CLAVE: REGLAS DEL JUEGO ESTABLECIDAS Y RESPETADAS

No existen reglas precisas para la formación de equipos eficaces. No obstante, se ha comprobado la utilidad de determinadas disposiciones..”. Entre las recomendaciones que plantean están las siguientes:

Los miembros del equipo deben estar convencidos del valor, significación y urgencia del propósito del equipo;

- Se les debe seleccionar de acuerdo con las habilidades requeridas para el cumplimiento del propósito;

- Un equipo debe contener la mezcla exacta de habilidades funcionales o técnicas, así como para la solución de problemas y toma de decisiones y, por supuesto, para las relaciones interpersonales;
- Deben normarse con reglas de conducta grupal como: asistencia regular a las reuniones, confidencialidad, discusiones basadas en hechos y contribuciones de todos los miembros;
- Deben identificarse las metas y tareas requeridas desde la misma etapa de formación del equipo;
- Finalmente, los miembros deben alentarse entre sí por medio de reconocimientos, retroalimentación positiva y premios.

Se desarrollan relaciones cercanas y el grupo muestra cohesión. Hay un fuerte sentimiento de identidad con el grupo y camaradería entre sus miembros. Esta etapa se completa cuando se solidifica la estructura del grupo y este asimiló un “juego común” de expectativas, lo que define el comportamiento de los miembros como correcto, es decir, “las reglas del juego” dentro del equipo.

CUARTA CLAVE: PLANES DE ACCIÓN ESPECÍFICOS Y SUJETOS A SEGUIMIENTO

No sólo hace falta el definir objetivos comunes sino un plan de acción detallado, SMART, con definición de responsables y fechas, como herramienta de seguimiento y realización de los objetivos de un equipo. Primero que nada dicho plan de acción debe tener un objetivo claro, conciso y medible, no podemos iniciar un plan de acción si no sabemos lo que queremos lograr con él ni en cuanto tiempo. A partir de este punto se deben especificar las estrategias que se seguirán para lograr dicho objetivo. Las estrategias muestran en forma general lo que se está planeando hacer, sin que se especifique exactamente lo que se va a realizar. Estas estrategias deben mostrar el camino que se seguirá durante el desarrollo y ejecución del plan de acción.

Después de esto se deben plantear los pasos a seguir o tareas de cada una de las estrategias planteadas. Las tareas deben ser lo más específicas y detalladas posibles, reflejando cada paso necesario. Las tareas deben tener tiempos específicos, fechas de inicio y fechas de finalización, para lo cual es aconsejable adaptar al formato del plan de acción una gráfica de Gantt para tal propósito. Por último, en la parte de planeación, se deben asignar los responsables de cada tarea, quienes preferentemente deben ser quienes están involucrados en la elaboración del plan de acción. Recuerde que los pasos de un plan de acción efectivo son muy sencillos:

1. Objetivo claro, conciso y medible
2. Estrategias que reflejen el camino a seguir para lograr el objetivo
3. Tareas que describan los pasos exactos para el cumplimiento de las estrategias
4. Tiempos reales de cumplimiento en inicio y fin de cada tarea
5. Responsables directos de cada tarea
6. Seguimiento constante y evaluación de cumplimiento
7. Evaluación final para replanteamiento del plan de acción o elaboración de otro

Un plan de acción nos permite organizarnos, planear, ejecutar, evaluar y corregir situaciones prioritarias que repercuten en nuestra eficiencia y competitividad.

En el fondo, tu plan de acción debe ser la respuesta clara a la pregunta: ¿Quién hace qué y para cuándo?

QUINTA CLAVE: APOYO A TOMAR RIESGOS Y DERECHO A EQUIVOCARSE

En un Equipo de Trabajo Efectivo, se estimula la creatividad y la toma de riesgos.

Se estimula a los miembros del equipo tomar riesgos y experimentar soluciones diferentes. Los errores se perciben como parte del proceso de aprendizaje. El mejoramiento continuo solamente se logra cuando se estimula a las personas intentar caminos nuevos y sugerir mejoras sin ser castigados.

Existe, por lo tanto, un ambiente de confianza y apertura. El equipo crea un ambiente que permite a los miembros sentirse cómodos e informales. Confianza reemplaza a temores y las personas están dispuestas a tomar riesgos. Es un ambiente de crecimiento y aprendizaje con personas involucradas e interesadas.

También, comunicación abierta y honesta. Los miembros del equipo sienten libertad para expresar sus pensamientos, sentimientos e ideas. Se escuchan mutuamente y pueden expresar ideas sin ser criticados o avergonzados. Conflictos y desacuerdos se perciben como naturales y se resuelven. Se auto corrige

mediante retroalimentación, indicando como la conducta de los miembros afecta al equipo en el logro de sus metas.

Se aprecia la diversidad, que se la valora como oportunidad. Los miembros se perciben como personas únicas con recursos valiables. Se estimula la diversidad de opiniones, ideas y experiencias para evitar un pensamiento uniforme donde las diferencias son vistas como desviación de la norma. Se muestra flexibilidad y sensibilidad hacia los demás.

SEXTA CLAVE: 100% DE PARTICIPACION E INCLUSIÓN DE TODOS

Un sentido de pertenencia. Existe compromiso hacia las acciones del equipo. Existe un sentido de participación y un alto nivel de involucramiento. La percepción: “Soy una parte importante del equipo y lo que hago hace una diferencia” se traduce en un alto nivel de compromiso y orgullo en los logros del equipo.

Interdependencia de los miembros. Necesitan sus conocimientos, habilidades y recursos mutuos para conjuntamente producir algo que solos no podrían lograr tan bien.

Se deben fomentar actividades y ocasiones para que el equipo comparta y conviva, y se fortalezcan los lazos.

SINERGIA: 1 + 1, ES MUCHO MÁS QUE 2

La sinergia probablemente es el resultado más significativo de formar equipos de trabajo. Sinergia significa que el resultado del trabajo en equipo, es mayor a la suma de los resultados individuales. Al trabajar en equipo, las tareas se dividen, se aprovecha la competencia de cada integrante y se alcanza una mayor productividad. Un equipo es un conjunto de personas que se necesitan mutuamente para actuar. Todos los equipos son grupos, pero no todos los grupos son equipos. La noción de equipo implica el aprovechamiento del talento colectivo, producido por cada persona en su interacción con las demás. Cuando un equipo logra mayor alineamiento, surge una dirección común y las energías individuales se armonizan. Hay menos desperdicio de energía.

Un buen ejemplo es un conjunto musical, en el cual, lo que realmente importa, es que los músicos sepan tocar juntos. Los equipos deben aprender a explotar el potencial de muchas mentes para ser más inteligentes que una mente sola.

La relación de un verdadero equipo es una relación completa. Y una relación completa requiere un pacto; una relación de pacto descansa sobre un compromiso compartido con ideas, problemas, valores, metas y procesos de administración. Los pactos reflejan unidad, gracia y equilibrio.

¿Qué acciones tomarás en tu negocio y en tu vida, en este sentido?

Comentarios e Información: josevillacis@actioncoach.com - www.coachpepevillacis.com - Tele. (442) 140-1210



RESPONSABILIDADES Y TAREAS CLARAS

Coach Lic. Pepe Villacís, MBA. ActionCOACH. www.coachpepevillacis.com

En las organizaciones, sin importar tu tamaño o complejidad, una gran parte de los problemas se originan en la falta de claridad en las responsabilidades que recaen sobre cada uno de los integrantes, ó –si dichas responsabilidades se han definido- la ausencia de una comunicación clara al respecto, tanto al que debe llevar adelante un trabajo y lograr determinados objetivos, como a los demás participantes en el equipo de trabajo.

Con frecuencia, se confunden responsabilidades y tareas. Y adicionalmente, no se cuentan con metas e indicadores que nos permitan evaluar objetivamente si el individuo –precisamente-, cumplió adecuadamente con sus responsabilidades, por medio de ejercicio consistente de sus tareas, que son las acciones que le permiten llegar a sus metas medibles.

Responsabilidades

Las responsabilidades son, como su nombre lo indica, los compromisos y obligaciones a las que usted debe dar respuesta por la función que ocupa. Marca los ámbitos en los cuales usted es responsable de tomar decisiones, y generar las acciones necesarias para que los resultados del trabajo se den, en tiempo y forma.

Así lo define la Real Academia Española: “Cumplimiento de las obligaciones o cuidado al hacer o decidir algo.”

No se trata de las actividades a realizar, sino de la finalidad, objetivo o “para qué” de dichas actividades.

Es importante que, para cada responsabilidad mencionada, quede claro cuál es la expectativa a cumplir; la meta, el resultado final a obtener. Y deben definirse los indicadores que medirán esa gestión (unos pocos, no demasiados) y cómo generar la información para construir esos indicadores y dar seguimiento al cumplimiento de las responsabilidades.

Asimismo, también es importante que para cada responsabilidad se establezca el grado de autoridad fijado para dicho puesto. Para la adecuada asunción de una responsabilidad, se vuelve crítico que quede claro cuál es el grado de autoridad que tiene para gestionar cada una de las responsabilidades que le son propias.

Tareas

Una de las más habituales debilidades de las descripciones habituales es que hacen poco hincapié en las responsabilidades, y se centran principalmente en las tareas. Las tareas son las actividades que normalmente se debe ejecutar de manera sistemática y consistente para cumplir apropiadamente con una responsabilidad, y no son exhaustivas, el responsable hará lo que tenga que hacer para cumplir con su compromiso. Para eso tiene el nivel de autoridad adecuado a su responsabilidad.

En una organización, lo importante no es cuánto hagas en acciones dispersas, sino cuánto aportes con lo que haces al cumplimiento de una responsabilidad y –a través de ella- y a metas y objetivos concretos.

El hacer foco en responsabilidades e indicadores, que no en tareas, le permite a la persona un mayor nivel de autonomía y creatividad a la hora de escoger el "cómo", teniendo claro el "para qué" y el "cuánto".

Así, la mejora continua fluye naturalmente y entonces no sólo tenemos mejores logros sino que también nos sentimos mejor.

Ejemplos de Responsabilidades y Tareas

Ámbito	Persona	Responsabilidad	Tareas (enunciativo, no exhaustivo)
Familiar	Padre, Madre	Cuidar la Salud de Nuestros Hijos	<ul style="list-style-type: none"> • Alimentarles Sanamente, permitiendo un consumo limitado de dulces y productos industrializados • Acudir a una revisión médica anual • Cumplir con su esquema de vacunación completo
Empresarial	Vendedor	Generar Ventas de producto X, de acuerdo al presupuesto	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Prospeccionar en el volumen adecuado, y con el perfil de prospectos definido ▪ Presentar cotizaciones rápidamente ▪ Dar Seguimiento sistemático a las oportunidades ▪ Cerrar Ventas ▪ Dar seguimiento a los clientes actuales para nuevas oportunidades de negocios
Empresarial	Jefe de Cobranza	Mantener la Cartera (cuenta por cobrar a los clientes), sana y bajo control	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Revisar las facturas antes de su envío a clientes, para evitar errores ▪ Generar reportes semanales de antigüedad de cartera y alertar sobre situaciones que requieran acción ▪ Enviar estados de cuenta mensuales a clientes ▪ Efectuar llamadas de cobranza ▪ Efectuar Visitas de Cobranza ▪ Cuadras cobranzas vs. facturas, diariamente

Como conclusión, si no “tizamos el campo de juego” de nuestras empresas u organizaciones, dependeremos de conseguir empleados o miembros muy maduros en lo personal y profesional, y de gran actitud de equipo y colaboración, para que las cosas funcionen bien y en paz.

Por el contrario, si hacemos nuestro trabajo de dueños, directores o líderes, de definir bien quién es responsable de qué y además, cómo necesitamos que se hagan las cosas, una gama mayor de personas, nos podrá dar buenos resultados.

¿Qué acciones tomarás en tu negocio y en tu vida, en este sentido?

Comentarios e Información: josevillacis@actioncoach.com - www.coachpepevillacis.com - Tele. (442) 140-1210



¡RESPECTO EN EL AMBIENTE LABORAL!

Coach Lic. Pepe Villacís, MBA. ActionCOACH. www.coachpepevillacis.com

En la semana anterior, fuimos indignados testigos de un hecho específico y puntual de violencia laboral en nuestra región del país. Por medio de una cámara de video vigilancia observamos cómo personal supervisor de una empresa extranjera, utilizaba violencia verbal y agresión física para corregir a un empleado que tenía deficiencias y errores en el cumplimiento de sus tareas y responsabilidades.

Todos nos sentimos impresionados por estos hechos, y muchas han sido las reacciones de rechazo, a diverso nivel, que dejarán claro a quienes invierten y establecen empresas en nuestra región, que son bienvenidos, pero que el hecho que generen empleo para miembros de nuestra comunidad, no les da licencia para faltar el respeto a uno de nosotros, en absolutamente ninguna circunstancia.

Debo dejar claro que, en mis 10 años como Coach de Negocios en Querétaro y México en general, jamás he visto este tipo de acciones, ni he sabido de ellas, en ninguna empresa con la que haya estado vinculado por mi trabajo. Por el contrario, he conocido a dueños y directivos tanto mexicanos como extranjeros, que luchan día a día por mejorar su negocio, su propia calidad de vida y la de sus empleados, y que –profundamente y de corazón-, aman (amamos!) a México y a los mexicanos.

¿Qué es el Respeto?

Respeto es tratar humanamente a las personas; reconocer que el otro, desde el punto de vista de la especie, es tan real y semejante a nosotros, y a la vez, si se lo considera como individuo, bastante diferente.

Respeto es tratar de ponerse en el lugar del otro para comprenderlo desde adentro y adoptar, siquiera por un momento, esa otra perspectiva. Significa valorar a los otros como sujetos de derechos, los cuales no sólo merecen nuestro reconocimiento, sino que deben ser protegidos y garantizados por medio de nuestras acciones.

El respeto se da cuando en la interacción se valoran las opiniones, las creencias, los estilos de vida y la autonomía de los demás. Excluye, por lo tanto, el maltrato, la discriminación, la agresión, la humillación, la indiferencia y el desconocimiento de las personas, cualquiera sea su condición.

El pluralismo y la tolerancia son las bases imprescindibles para que surja el respeto. No obstante, considerando que la tolerancia puede llegar a convertirse en indiferencia (dejar que otros hagan con tal de que a mí me dejen en paz), hay quienes proponen un valor positivo que supera la tolerancia: el respeto activo. Es decir, el interés por comprender a otros y por ayudarles a llevar adelante sus planes de vida, a sabiendas de que los más débiles y vulnerables pocas veces están en condiciones de realizarlos por sí mismos. De este modo, el respeto activo se convierte en solidaridad.

El respeto es también un compromiso profundo y decidido con la vida. Es reconocer que somos parte de un maravilloso y complejo proceso natural que, de no ser protegido, destruirá las condiciones necesarias para nuestra sobrevivencia en el planeta.

Respeto en el ámbito de las Organizaciones y Empresas

Se relaciona estrechamente con tres principios:

La solidaridad, que supone tener conciencia de la existencia de las otras y de los otros, y en especial, de los miembros de la sociedad en situación de pobreza y vulnerabilidad.

La autonomía, que consiste en reconocer la dignidad de la condición humana para favorecer el ejercicio de la libertad y promover la autodeterminación individual y colectiva.

La diversidad, que consiste en reconocer y asignar valor a las diferencias étnicas, ideológicas, religiosas, de género, culturales y generacionales.

El respeto está vinculado también, y de manera esencial, con el reconocimiento, la protección y la garantía de los derechos humanos, pues, sólo en la medida en que los hagamos efectivos, podemos hablar de respeto a la dignidad humana.

Considerando la necesidad de hacer realidad el respeto, es aconsejable que las políticas de la administración pública y privadas, estén orientadas a:

- Dignificar la vida en todas sus manifestaciones.
- Reconocer y hacer efectivos los derechos de los ciudadanos y ciudadanas.
- Preservar el medio ambiente.
- Reconocer y valorar las diferencias étnicas, ideológicas, culturales, religiosas, generacionales y de género.
- Ofrecer un trato humano a los usuarios y consumidores de nuestros servicios y productos.
- Crear condiciones favorables al libre desarrollo de la personalidad.
- Abrir todos los espacios que permitan enriquecer la vida con la diversidad de intereses y opiniones.
- Perseverar en el diálogo y la concertación como el camino para superar las diferencias y resolver los conflictos.

Comportamientos que muestran Respeto

- Honramos la vida en todas sus manifestaciones y todo lo que contribuya a su desarrollo.
- Desarrollamos habilidades de comunicación que nos dispongan al diálogo franco y desprevenido, a escuchar con atención y empatía a los demás, y a entender el pensamiento y los sentimientos de nuestro interlocutor.
- Somos cordiales y promovemos la camaradería y el compañerismo.
- Reconocemos el trabajo de nuestros compañeros.
- Respetamos la vida privada de los demás.
- Construimos sobre lo construido.
- Somos justos con los ciudadanos y con nuestros compañeros de trabajo.
- Promovemos la resolución pacífica de los conflictos.
- Propiciamos un ambiente organizacional en donde impere la confianza y se propicie la autoestima y el autodesarrollo.
- No juzgamos ni descalificamos a los demás.
- No hacemos a los demás lo que no queremos que nos hagan a nosotros.

¿Qué acciones tomarás en tu negocio y en tu vida, en este sentido?

Comentarios e Información:

josevillacis@actioncoach.com

www.coachpepevillacis.com Tele. (442) 140-1210



ActionCOACH es una empresa global de Coaching de Negocios, Coaching Ejecutivo y Capacitación Empresarial. Miles de clientes se han beneficiado al trabajar guiados y apoyados por un Coach de ActionCOACH, que les muestra cómo alcanzar los objetivos de sus posiciones y sus negocios y los motiva para que alcancen su máximo potencial personal.



TALENTOS DE UN LÍDER EFECTIVO

Coach Lic. Pepe Villacís, MBA. - ActionCOACH - www.coachpepevillacis.com

El liderazgo es el conjunto de habilidades gerenciales o directivas que un individuo tiene para influir en la forma de ser de las personas o en un grupo de personas determinado, haciendo que este equipo trabaje con entusiasmo, en el logro de metas y objetivos.

También se entiende como la capacidad de tomar la iniciativa, gestionar, convocar, promover, incentivar, motivar y evaluar a un grupo o equipo. En la administración de empresas el liderazgo es el ejercicio de la actividad ejecutiva en un proyecto, de forma eficaz y eficiente, sea éste personal, gerencial o institucional (dentro del proceso administrativo de la organización).

El autor Richard L. Daft, en su libro La experiencia del liderazgo, define el liderazgo como: La relación de influencia que ocurre entre los líderes y sus seguidores, mediante la cual las dos partes pretenden llegar a cambios y resultados reales que reflejen los propósitos que comparten. Los elementos básicos de esta definición son: líder, influencia, intención, responsabilidad, cambio, propósito compartido y seguidores.

John Maxwell, autor de gran renombre en el tema del liderazgo, dice que todo recae en el liderazgo. Según el sitio web businesslink.gov, un liderazgo eficaz es el factor más importante que debe tener una empresa exitosa. Un buen liderazgo implica una visión clara, muestra integridad y es capaz de dirigir con eficacia a la gente. Un buen liderazgo implica ciertos atributos y cualidades para lograr equipos productivos, sistemas eficientes y una positiva cultura corporativa.

Definición

Un líder es alguien que tiene influencia sobre un grupo de personas. Puede ser un ejecutivo, una estrella de pop o un empleado que tiene la capacidad de influir en los pensamientos, sentimientos y creencias de sus compañeros de trabajo. Un líder no necesita un título para ser considerado como uno. Él simplemente tiene influencia.

Cualidades

Las cualidades de todo buen líder son la integridad y dedicación; saber dar crédito cuando se requiere, estar en contacto con el espíritu humano, ser transparente, imparcial, firme y tener sentido del humor. La integridad es la capacidad que una persona tiene cuando dice lo que va a hacer y lo hace, sabe mantener la honestidad personal y pública. Un buen líder no se apropia del crédito que resulta del esfuerzo del trabajo duro de otras personas. Un buen líder comprende la espiritualidad de los individuos y atiende las necesidades emocionales, físicas y mentales. Lo que hace a un buen líder es ser asertivo, mantener una mente abierta, ser honesto y capaz de manejar situaciones difíciles con sentido del humor.

Conductas

Los líderes saben escuchar, motivar, delegar y proponer una visión. Escuchar eficazmente es un aspecto muy importante de la conducta que los buenos líderes deben poner en práctica. La capacidad de escucha puede mejorarse mediante la práctica y la educación. Un líder motiva a los jóvenes a trabajar duro y los inspira a ser más productivos. Así, otra característica de la conducta de un buen liderazgo es saber delegar tareas y metas a las personas que pueden llevarlas a cabo. Por último, el liderazgo eficaz consiste en saber proporcionar una visión clara y comprensiva de las cosas.

Entrenamiento

Los buenos líderes se mantienen en constante capacitación mediante el desarrollo personal. Los buenos líderes se involucran en grupos de rendición de cuentas, asisten a conferencias de liderazgo y leen libros que fortalecen sus habilidades para dirigir. Ellos se motivan a sí mismos, y constantemente asumen una responsabilidad personal, se educan para mejorar su capacidad de liderazgo personal y profesional.

Honestidad

La gente ya no sigue al líder simplemente porque el jefe está en una posición de autoridad. El rasgo de ser un líder honesto no significa la imposibilidad de mentir, sino la habilidad de ser honestos acerca de la imperfección humana y de los pasos y las medidas adoptadas para corregir errores o equivocaciones y avanzar desde allí. Ser capaz de reconocer un juicio equivocado o que se intentó hacer algo que no funcionó es una cualidad de alguien honesto, y se espera que los líderes reflexionen sobre estas cuestiones y redirijan en lugar de tratar de encubrir y ocultar.

Con visión de futuro o "visionario"

Un líder con visión de futuro, también conocido como un visionario, siempre está pensando en términos de avanzar. Nada en la vida es tan perfecto que no necesite ser redefinido o refinado o pellizcado; un líder con el pensamiento conceptual general siempre se está moviendo en la dirección de la eficiencia y el progreso hacia adelante.

Competente / Confidente

Un líder competente o seguro no necesita ser un experto en todos los temas involucrados con la organización para la que trabaja. La idea detrás de la competencia es tomar el crédito y darlo donde es debido. Un líder competente no es nunca el que hace las cosas solo, sino el que se hace cargo, pero también delega la responsabilidad a los demás para alcanzar los objetivos. Una vez que esos objetivos se cumplen, va a felicitar a los que lo hicieron posible. La confianza puede depender de la arrogancia, pero un líder competente entiende cómo equilibrar todo. Cumplir la meta prevista habla por sí mismo.

Inspirador

Un líder inspirador es un líder carismático. El carisma no es algo que se puede enseñar. En términos espirituales, es visto como un regalo o una cualidad interior (dispensa) que es un corte por encima del tipo habitual o normal de la personalidad. En el mundo de los negocios, el carisma es visto como una virtud, una inusual capacidad para dirigir a otros a lugares donde de lo contrario no se aventurarían.

Inteligente

Los líderes inteligentes son estudiantes de por vida. Ellos no terminan cuando se gradúan de la escuela secundaria o la universidad, ya que ven la graduación como sólo el comienzo de su viaje hacia el intelecto. La inteligencia no se mide sólo por tener una educación formal, sino también por tener la sabiduría, la perspicacia y la comprensión en cuanto a la forma en que funciona el mundo en general. Por ejemplo, una persona intelectual es aquella que puede tomar los principios básicos aprendidos y aplicarlos a situaciones cotidianas y circunstancias, ya sea en situaciones promedio o fuera de la norma.

Desarrollo del Liderazgo por medio del Coaching Ejecutivo

Para que un líder mejore sus habilidades debe participar en evaluaciones de liderazgo, que un coach ejecutivo profesional realiza, ya que él lo evaluará en relación con sus objetivos, rendimiento y eficacia; identificará sus áreas de fortaleza y debilidades, además le proporcionará un plan de acción para mejorar.

El Coaching Ejecutivo es una herramienta de desarrollo de Ejecutivos, Gerentes y Supervisores que proporciona información, conocimientos, habilidades, referencias, colaboración y asesoramiento personalizado para que cada directivo desarrolle y consolide habilidades gerenciales relevantes para el desempeño presente y futuro del propio individuo y de la organización.

El Coaching Ejecutivo -individual o a grupos pequeños de gerentes-, favorece el desarrollo organizacional al lograr que sus principales colaboradores lleguen a ser ejecutivos productivos y generadores de negocios. La idea es que un Coach (entrenador) sepa corregir los defectos de un profesional y potenciar sus cualidades con el fin de esta persona sea la idónea para rendir bien en tareas más complejas que las que cumplía o desempeñarse mejor en sus responsabilidades presentes.

¿Qué acciones tomarás en tu negocio y en tu vida, en este sentido?

Comentarios e Información: josevillacis@actioncoach.com - www.coachpepevillacis.com - Tele. (442) 140-1210



DELEGAR RESPONSABILIDADES CORRECTAMENTE

Coach Lic. Pepe Villacís, MBA. ActionCOACH. www.coachpepevillacis.com

Delegar consiste en dar a un subalterno el poder, la autoridad, la autonomía, la facultad o la responsabilidad para que pueda tomar decisiones, resolver problemas, desempeñar funciones o ejecutar tareas, sin necesidad de que nos tenga que consultar u obtener nuestra aprobación.

Aunque debemos tener en cuenta de que tampoco se trata de delegar por delegar, sino que para poder delegar con éxito, es necesario que previamente cumplamos con ciertos requisitos tales como delegar sólo al trabajador adecuado (por ejemplo, a aquél que muestre buen criterio y alto grado de responsabilidad), y proveer la información y los recursos adecuados (por ejemplo, aquellos que le permitan al trabajador desempeñar sus funciones de manera eficiente).

Ventajas y Beneficios de Delegar

Mayor tiempo libre: nosotros solos no podemos hacerlo todo. Al delegar, nos liberamos de tantas funciones o tareas, y obtenemos un mayor tiempo libre que podemos utilizar para realizar solamente funciones o tareas importantes, o para poder realizarlas de una manera más eficiente.

Aprovechar las competencias y talento de los trabajadores: al delegar, podemos aprovechar al máximo los conocimientos, las habilidades, las capacidades, las aptitudes, la creatividad y el liderazgo de nuestros trabajadores. Competencias que antes podríamos ni siquiera haber sabido que existían.

Mayor motivación: al darles mayor poder, autoridad, autonomía, facultad o responsabilidad, nuestros trabajadores se sentirán más considerados, más útiles y más importantes, aumentando así su autoestima y su motivación.

Mayor rentabilidad: finalmente, al contar con trabajadores motivados, identificados, comprometidos, participativos, productivos y eficientes, tendremos una mayor producción (pero de calidad), clientes más satisfechos, mayor competitividad, y una mayor rentabilidad en nuestra empresa.

Veamos a continuación cómo delegar a través de algunos pasos específicos:

1. Determinar la necesidad de delegar

En primer lugar, determinamos la razón o las razones por la que vamos a delegar, podría ser, por ejemplo, para liberarnos de tantas funciones y tareas, para aprovechar mejor las competencias de nuestros trabajadores, para lograr una mayor motivación en ellos, para lograr una mayor eficiencia en la ejecución de la tarea, etc.

2. Determinar la función o tarea a delegar

En segundo lugar pasamos determinar y a definir claramente cuál será la función o tarea que vamos a delegar. En el caso de las tareas, debemos procurar delegar tareas enteras a un

trabajador en vez de subordinarla entre varios, de ese modo, otorgaremos responsabilidad total a cada trabajador, logrando una mayor iniciativa en él, y pudiendo nosotros realizar un mejor control de los resultados.

3. Delegar al trabajador indicado

El siguiente paso consiste en delegar la función o tarea al trabajador indicado. No debemos delegar a cualquier trabajador, sino solamente a aquél que cuente con las competencias necesarias para el cumplimiento de la función o tarea, que esté bien capacitado, pero que también muestre buen criterio para tomar decisiones, y alto grado de responsabilidad.

4. Proporcionar información necesaria

El siguiente paso consiste en proporcionarle al trabajador toda la información que necesite para que pueda cumplir la función o tarea de manera eficiente. Por ejemplo, éste debe comprender bien la función o tarea, debe saber cuáles son los objetivos o resultados esperados, y debe saber en qué plazo debe cumplirlos o en qué fecha debe presentarlos.

5. Capacitar

En caso de que el trabajador no esté muy familiarizado con la función o tarea, podría ser necesario brindarle entrenamiento o capacitación para el buen cumplimiento de ésta. Por ejemplo, nombrándole un tutor, contratando un entrenador o capacitador, o haciéndole tomar cursos externos sobre el tema.

6. Proveer recursos necesarios

Una vez que el trabajador cuente con toda la información y capacitación necesaria para el cumplimiento de la función o tarea, debemos asegurarnos de que cuente también con todos los recursos necesarios para el cumplimiento de éstos. Por ejemplo, debemos proveerle todas las herramientas de trabajo y provisiones adecuadas que requiera.

7. Controlar

El siguiente paso consiste en establecer los mecanismos que nos permitan controlar el desempeño del trabajador, procurando siempre no interferir, sino, dejando que éste tome sus propias decisiones y ponga en práctica sus propias ideas o métodos para la ejecución de la tarea.

8. Brindar retroalimentación

El siguiente paso consiste en establecer líneas directas de comunicación con el trabajador de tal manera que podamos responderle todas sus preguntas, brindarle toda la orientación que necesite, y proporcionarle toda la información que le permita saber si está realizando la función o tarea de manera correcta.

9. Evaluar

El siguiente paso consiste en evaluar el desempeño o los resultados obtenidos, para lo cual debemos previamente establecer los mecanismos que nos permitan realizar la evaluación, y luego evaluar permanentemente el desempeño del trabajador y, en el caso de las tareas, evaluar los resultados obtenidos.

10. Recompensar

Si el desempeño del trabajador no ha sido el correcto o los resultados obtenidos no cumplieron con las expectativas, debemos analizar los errores y las consecuencias; pero si el desempeño ha sido el correcto o los resultados sí cumplieron con las expectativas, pasamos a reconocer y

recompensar al trabajador, por ejemplo, recompensándolo económicamente o delegándole nuevas funciones o tareas.

¿Qué acciones tomarás en tu negocio y en tu vida, en este sentido?

Comentarios e Información:

josevillacis@actioncoach.com

www.coachpepevillacis.com Tele. (442) 140-1210

ActionCOACH es una empresa global de Coaching de Negocios, Coaching Ejecutivo y Capacitación Empresarial. Miles de clientes se han beneficiado al trabajar guiados y apoyados por un Coach de **ActionCOACH**, que les muestra cómo alcanzar los objetivos de sus posiciones y sus negocios y los motiva para que alcancen su máximo potencial personal.