

GRUPO DESARROLLO HUMANO

Bienvenidos al Boletín-e Nº 55 del Grupo Desarrollo Humano

Editor: Gilbert A. Aubert

Julio del 2002

Este Boletín-e se publica dos veces al mes y es enviado, de manera gratuita vía e-mail a 25 países. Como el Boletín-e solo se envía a suscriptores voluntarios, si usted está recibiendo este Boletín-e es porque usted se suscribió a nuestra lista de distribución gratuita a través de nuestra página de Internet. Si no desea seguir siendo parte de esta lista de correo, usted se podrá des-inscribir siguiendo las instrucciones al final. Así mismo, nuestra política de privacidad garantiza que no le daremos su dirección a nadie por ninguna razón.

EDITORIAL

Que diferencia haría en su vida la creencia absoluta de que usted tiene las habilidades necesarias para realizar cualquier cosa que se proponga. Hay muchas cosas que queremos



ser, hacer y tener, pero nos frenamos antes de iniciar. Ya no queremos ni siquiera soñar. No estamos seguros de alcanzar nuestros sueños por la falta de fe en nosotros mismos, esa fe que es ingrediente necesario para dejarnos ir en la dirección de nuestras metas. ¿En que soñaría usted si tuviera la convicción de que no teme fallar, de que está seguro que saldrá adelante? Nuestro problema está en que creemos más en lo que nos dicen los demás que en lo que nosotros mismos pensamos. Se logra confianza duradera sólo cuando yo sé que

tengo la absoluta capacidad para llegar de donde estoy a donde quiero ir. No dejemos que nadie nos robe nuestros sueños.

Algunos no se han dado cuenta de que solo faltan dos años y medio para llegar al año 2005 y siguen esperando el momento propicio para hacer algo. No espere más, el momento es ahora, desarrollemos las habilidades necesarias para poder ir al siguiente nivel. Y recuerde, una de estas habilidades fundamentales es la creencia de que si podemos. Empecemos a actuar ahora mismo como si tuviéramos un alto nivel de auto eficacia, de creencia en nuestras capacidades y en nosotros mismo. Trabajemos nuestra autoestima, nuestra actitud, nuestros pensamientos, nuestros hábitos y veremos como podremos alcanzar una estrella... pues el cielo está lleno de ellas.

Aprovechamos también para dar la más cordial bienvenida a todos los nuevos suscriptores que se nos han unido en estas dos semanas, provenientes de los hermanos países de Colombia, Chile, El Salvador, España, Guatemala, México, Perú, Portugal y Costa Rica.

Muchas gracias por ser parten del Boletín-e del Grupo Desarrollo Humano.



Saludos y mucho éxito.
Gilbert A. Aubert

Para suscribirse GRATIS visite la página web <http://GDHumano.tripod.com>
Si lo desea nos puede enviar sus comentarios, sugerencias o artículos para publicar a GDHumano@racsa.co.cr
Le recomendamos imprimirlo para que lo pueda disfrutar cuando no esté en línea.

PENSAMIENTO:

"La innovación nace de la gente que disfruta su trabajo. La innovación nace de la libertad."
-W. Edwards Deming.

NUESTRA OFERTA DE JULIO

Aproveche y nutra su "Crecimiento y Aprendizaje Gerencial" recibiendo completamente gratis el resumen digital:

"REFLEXIONES DE NEGOCIO"
Por Rogelio Carrillo Penso

Lo único que tiene que hacer es escribirnos a GDHumano@racsa.co.cr solicitando el resumen digital "Reflexiones de Negocio" por Rogelio Carrillo Penso y adjuntar 3 direcciones de correo electrónico de amigos o conocidos para recomendarles y darles a conocer el Boletín-e.

Lea en este Número:

- A) CÓMO DESARROLLAR CON ÉXITO UNA CULTURA DE SERVICIO?**
- B) LO QUE HACE EL MIEDO...**
- C) DECÍDASE A ENTRENAR PULGAS**
- D) FACUNDO CABRAL**
- E) CUERPO, CEREBRO Y CORAZON, LA GENTE QUE NECESITAMOS**

PENSAMIENTO:

"Cada acto de autodisciplina aumenta su confianza en sí mismo y en sus habilidades"
Brian Tracy

A) ¿CÓMO DESARROLLAR CON ÉXITO UNA CULTURA DE SERVICIO?

por Licda. María Eugenia de Palm

Cada día es más importante en las empresas modernas considerar el área de servicio como un aspecto prioritario para la generación de buenos negocios con nuestros clientes. Esto se hace evidente tanto en nuestro contexto local como a nivel internacional en donde según indica la Information Week Research 9-98: "85 % de las 500 empresas más exitosas e innovadoras

orientan el servicio al cliente como una prioridad estratégica de negocio". Las acciones de servicio se relacionan directamente con la cultura organizacional que cada empresa haya desarrollado y el factor principal para llevar a la práctica esta orientación son las personas que trabajan en ellas. La cultura organizacional como ya sabemos refleja los Valores, creencias y principios que todas las personas comparten dentro de la empresa y que se reflejan en sus acciones diarias. A partir de este punto se puede decir que existen culturas orientadas al servicio y algunas otras que no, pero que pueden llegar a serlo si deciden encauzar el comportamiento de sus colaboradores a esta área.

Aunque lo antes expuesto no es una tarea fácil, en la práctica y dentro de las historias de muchas empresas y corporaciones el desarrollo de una cultura de servicio ha llegado a ser la ventaja diferencial ante la competencia. En tal sentido el desarrollo de una cultura de servicio empieza por identificar los valores que la empresa posee actualmente para atender a sus clientes y mantener estos. Empresas cuya Filosofía incluye una concepción del cliente como *la figura que mantiene el negocio* tendrá una aproximación más cercana a la cultura de servicio. No obstante en el medio era muy común encontrar empresas que por concepción diferente ubicaban al cliente en otro lugar, de esa cuenta los empleados se daban el "lujo" de tratar mal al cliente, con desplantes, demoras, poca cortesía o falta de solución a los problemas de este. Con el incremento de nuevas empresas en todos los sectores han aparecido competidores de todo género, por lo que hoy el cliente es el que tienen la última palabra para escoger en un contexto que se ha vuelto más amplio.

Por esta razón, empresas que no tomaban en cuenta el servicio por no tener competencia deben reconsiderar su postura si desean continuar en un lugar preferente dentro del mercado, dado que los clientes mal tratados buscan una opción diferente cuando esta aparece. Como vemos la cultura de servicio también está del lado del cliente que cada día se ha vuelto más exigente, con los artículos y servicios de todas las empresas.

Estas son solo algunas de las razones válidas para enfocarnos al área de servicio dentro de un proceso de cambio y mejora en nuestras empresas. En este punto podría surgir la pregunta de ¿por dónde empezar? Algunos lectores podrían pensar que haciendo un esfuerzo publicitario o cambiando de imagen o invirtiendo en tecnología de vanguardia; aunque todo esto es válido, necesario y complementario la respuesta está en prestar atención inmediata a las personas que conforman la organización.

Sí, efectivamente la formación o el cambio de la cultura existente depende única y exclusivamente del cambio de valores y actitudes de las personas que conforman la empresa, afirmamos entonces que la cultura se puede cambiar si es enfocada como un proceso. No obstante en la mayoría de los casos ese cambio pueda requerir la intervención de agentes externos que acompañen ese proceso y generen a la par de los gerentes de la organización modelos propios que faciliten la incorporación de nuevos patrones de conductas orientadas al servicio. En nuestro medio conocemos de cerca casos exitosos en donde empresas de áreas diversas han apostado al desarrollo de su propia cultura de servicio enfocada a las necesidades de sus clientes tomando como base el factor humano.

En la mayoría de los casos las acciones adoptadas han requerido evaluaciones estructuradas de servicio, creación de estándares, capacitación, automatización de procesos, tutoría etc.

Si esto ha sido posible con ellos, entonces ¿cómo lo podemos hacer nosotros? : aunque no existe una fórmula específica para desarrollar o cambiar una cultura y orientarla al área de servicio es importante reconocer tres grandes acciones que nos pueden ayudar en este proceso y de las cuales hablaremos a continuación: El primer paso dentro del mismo se orienta a la evaluación y conocimiento de la cultura en su forma de actuación diaria con los clientes, pudiendo integrarse dentro de estas acciones como: auditorías de servicio, evaluaciones estructuradas de donde se pueden desarrollar planes de mejora.

El segundo paso, consiste en la intervención de la cultura a través de la modificación de los

procesos de trabajo y la capacitación de los trabajadores en los aspectos a modificar pudiendo esta enfocarse tanto en el área técnica como en aspectos humanos que intervienen en el servicio.

Por último llega el proceso de transformación, en donde es importante administrar el cambio a través de seguimiento estructurado y controlado para darle trascendencia en el tiempo.

A primera vista este proceso requiere de un tiempo prudencial de desarrollo y ajuste en donde se debe de tomar en cuenta la cultura actual de la empresa y contemplar al mismo tiempo el nuevo enfoque. El modelo mencionado en este artículo puede contribuir a desarrollar una cultura orientada al servicio y hacer que los empleados se conviertan en los máximos exponentes del servicio de calidad al cliente para captar con ello su preferencia.

¿TOMÓ USTED YA LA DECISIÓN DE DESARROLLAR UNA CULTURA DE SERVICIO AL CLIENTE EN SU EMPRESA?

Lograr la satisfacción del cliente a través de un buen servicio requiere del compromiso irrevocable y del ejemplo de la alta administración, jefes, supervisores y todo el personal.

Al exponerse al **Seminario "Servicio al Cliente"** usted y su personal exhibirá las siguientes funciones:

- **Aprender habilidades del servicio de calidad**
- **Descubrir tendencias del servicio**
- **Implementar estándares del servicio de calidad**
- **Fomentar iniciativa y creatividad**
- **Apoyar la filosofía del servicio como motor**
- **Seleccionar empleados orientados al servicio**
- **Cambiar actitudes y comportamientos**

Infórmese sobre los Seminarios que podemos impartir en su empresa, escríbanos a: GDHumano@racsa.co.cr

PENSAMIENTO:

"Sólo podemos respetar a los demás cuando uno se respeta a sí mismo. Sólo podemos dar, cuando nos damos a nosotros mismos. Sólo podemos amar, cuando nos amamos a nosotros mismos"

-Abraham Maslow

B) LO QUE HACE EL MIEDO...

Enviado por Carlos y Yasmín Jurado

En una tierra en guerra, había un rey que causaba espanto. Siempre que hacía prisioneros, no los mataba: los llevaba a una sala donde había un grupo de arqueros de un lado y una inmensa puerta de hierro del otro, sobre la cual se veían grabadas figuras de calaveras cubiertas por sangre. En esta sala él les hacía formar un círculo y les decía, entonces: "Ustedes pueden elegir entre morir flechados por mis arqueros o pasar por aquella puerta y por mí ser allá trancados".

Todos elegían ser muertos por los arqueros.

Al terminar la guerra, un soldado que por mucho tiempo sirvió al rey se dirigió al soberano:

-Señor, ¿puedo hacerle una pregunta?

-Dime, soldado.

-¿Qué había detrás de la asustadora puerta?

-Ve y mira tú mismo.

El soldado, entonces, abre temerosamente la puerta y, a medida en que lo hace, rayos de sol entran y aclaran el ambiente... Y, finalmente, él descubre, sorprendido, que...

...la puerta se abría sobre un camino que conducía a la LIBERTAD

El soldado, admirado, solo mira a su rey, que dice: - Yo daba a ellos la elección, pero preferían morir a arriesgarse a abrir esta puerta.

REFLEXION:

¿Cuántas puertas dejamos de abrir por el miedo de arriesgar?

¿Cuántas veces perdemos la libertad y morimos por dentro, solamente por sentir miedo de abrir la puerta de nuestros sueños?

Piensa en eso!

Una linda semana,

sin miedo

De abrir nuevas puertas !!!

PENSAMIENTO:

"Perder oportunidades importantes es un pecado más grande que cometer uno o dos errores. La burocracia ata a la gerencia y la frena. Ya no es el grande que se come al chico, es el rápido que se come al lento."

Michael E. Marks

Exclusivo para nuestros suscriptores!!

LIBRO ELECTRÓNICO "MOTIVACIÓN PARA VIVIR FELIZ" de Luis Andrade Jungmann

Adquiéralo en los próximos 5 minutos y empiece a aplicar estos conceptos a su vida.
Reciba además otros cuatro artículos gratis por la compra de este libro electrónico.

Para mayor información vaya a nuestra página en Internet:

http://gdhumano.tripod.com/libro_electronico.htm

PENSAMIENTO:

"El que vive en armonía con sigo mismo vive en armonía con el universo."

- Marco Aurelio

C) DECIDASE A ENTRENAR PULGAS

por Eladio Alonso Valerio

Tomado de la Revista Digital Ser Feliz de Sergio Valdivia

Zig Ziglar en su libro "Nos veremos en la cumbre" expone que para alcanzar el éxito en

nuestras vidas, proyectos y trabajos se debe ser diestro en el arte de "entrenar pulgas". Pero..., ¿cómo se logra esto? ¿Acaso nos estará tomando el pelo? Por más ridículo que parezca, el autor esta hablando en serio. En sus propias palabras: "Usted entrena pulgas poniéndolas en un frasco con una tapa en él. Las pulgas brincan, de manera que saltarán hacia arriba y golpean una y otra vez la tapa. Conforme las observe saltar y golpear la tapa, observará algo interesante: las pulgas siguen brincando, pero ya no lo harán a la suficiente altura para golpear la tapa. Entonces, y esto es absolutamente verdadero, usted podrá quitar la tapa y aunque sigan saltando, no saldrán del frasco. Repito: no saldrán del frasco debido a que no pueden hacerlo. La razón es muy simple: se han acondicionado a saltar hasta determinada altura. Una vez que se han acondicionado a saltar determinada altura, jamás podrán superarla."

Lo mismo sucede con nuestras vidas. Si a usted le dicen frases como "eso nunca lo podrás realizar", "eres un fracasado", "estás perdiendo tu tiempo con ese proyecto", "aprende de una vez que los sueños nunca se cumplen", y si agregado a esto, permitimos que la influencia negativa encuentre terreno fértil en nuestra mente, tenga la seguridad que será como esas pulgas y jamás podrá salir del frasco que usted cree lo tiene aprisionado. Si por el contrario, no permitimos que estas ideas nos atormenten y simplemente les impedimos entrar en nuestro pensamiento, somos candidatos idóneos para salir del frasco y superar de esta manera los obstáculos que nos vaya presentando la vida.

Recuerde que el éxito y fracaso estarán condicionados por la opinión que tengamos de nosotros mismos, o para hacerlo más sencillo, dependerán de lo que permitamos que ingrese a nuestra poderosa mente. Si usted permite que le depositen basura, eso será lo único que recibirá. Usted es el único que tiene la capacidad de imponerse barreras o no. Robin S. Sharma dice que "la mente es un magnífico criado pero un amo terrible. Si piensas sólo cosas negativas, es porque no has cuidado tu mente y no has dedicado el tiempo necesario para entrenarla a pensar lo bueno". Ya va siendo hora que dejemos de auto compadecernos y canalicemos nuestros esfuerzos a alcanzar nuestros anhelos. Para ello es necesario empezar a cosechar pensamientos positivos. Pero, no pretenda cambiar de la noche a la mañana. El éxito requiere de mucha perseverancia. Se tiene que pagar un precio muy alto, pero el resultado vale la pena. Así que ya sabe, urgentemente este mundo requiere de muchos "domadores de pulgas". ¡Quedan muchas vacantes que llenar al respecto!

PENSAMIENTO:

"Las personas en el área de finanzas orientadas hacia la economía, o con pensamiento analítico como los ingenieros, encuentran los temas de normas sociales y valores demasiado blandos para su gusto, por lo que tienden a descuidar la cultura organizacional —un grave peligro."

-John. P. Kotter

¿OCUPA UN ORADOR PARA SU PRÓXIMA REUNIÓN O CONVENCION?

Gilbert Aubert desarrolla [seminarios de una mañana o de un día completo](#) en Liderazgo, Éxito Personal, Trabajando con Optimismo, Efectividad en las Ventas.

¡Y son hechos a la medida para su grupo!

Para más información, escriba a: GDHumano@racsa.co.cr

D) FACUNDO CABRAL

Enviado por Arturo González

No estas deprimido, estas distraído, distraído de la vida que te puebla; distraído de la vida que te rodea: delfines, bosques, mares, montañas, ríos. No caigas en lo que cayó tu hermano, que sufre por un ser humano cuando en el mundo hay 5,600 millones. Además no es tan malo vivir solo.

Yo la paso bien, decidiendo a cada instante lo que quiero hacer, y gracias a la soledad me conozco; algo fundamental para vivir. No caigas en lo que cayó tu padre, que se siente viejo porque tiene 70 años, olvidando que Moisés dirigía el éxodo a los 80 y Rubinstein interpretaba como nadie Chopin a los 90. Solo citar dos casos conocidos.

No estas deprimido, estas distraído, por eso crees que perdiste algo, lo que es imposible, porque todo te fue dado. No hiciste ni un solo pelo de tu cabeza por lo tanto no puedes ser dueño de nada.

Además la vida no te quita cosas, te libera de cosas. Te alivia para que vuelas más alto, para que alcances la plenitud. De la cuna a la tumba es una escuela, por eso lo que llamas problemas son lecciones.

No perdiste a nadie, el que murió simplemente se nos adelantó, porque para allá vamos todos. Además lo mejor de él, el amor, sigue en tu corazón. ¿Quién podría decir que Jesús está muerto? No hay muerte: hay mudanza. Y del otro lado te espera gente maravillosa: Gandhi, Michelangelo, Wiltman, San Agustín, la Madre Teresa, tu abuela y mi madre, que creía que la pobreza está más cerca del amor, porque el dinero nos distrae con demasiadas cosas, y nos aleja por que nos hace desconfiados.

Haz solo lo que amas y serás feliz, y el que hace lo que ama, está benditamente condenado al éxito, que llegará cuando deba llegar, porque lo que debe ser será, y llegará naturalmente. No hagas nada por obligación ni por compromiso, sino por amor.

Entonces habrá plenitud, y en esa plenitud todo es posible. Y sin esfuerzo porque te mueve la fuerza natural de la vida, la que me levantó cuando se cayó el avión con mi mujer y mi hija; la que me mantuvo vivo cuando los médicos me diagnosticaban 3 o 4 meses de vida.

Dios te puso un ser humano a cargo, y eres tu mismo. A ti debes hacerte libre y feliz, después podrás compartir la vida verdadera con los demás. Recuerda a Jesús: "Amaras al prójimo como a ti mismo". Reconcíliate contigo, ponte frente al espejo y piensa que esa criatura que estas viendo es obra de Dios; y decide ahora mismo ser feliz porque la felicidad es una adquisición.

Además la felicidad no es un derecho sino un deber porque si no eres feliz, estas amargando a todo el barrio. Un solo hombre que no tuvo ni talento ni valor para vivir, mandó matar seis millones de hermanos judíos.

Hay tantas cosas para gozar y nuestro paso por la tierra es tan corto, que sufrir es una pérdida de tiempo. Tenemos para gozar la nieve del invierno y las flores de la primavera, el chocolate de la Perusa, la baguette francesa, los tacos mexicanos, el vino chileno, los mares y

los ríos, el fútbol de los brasileiros, Las Mil y Una Noches, la Divina Comedia, el Quijote, el Pedro Paramo, los boleros de Manzanero y las poesías de Wiltman, Maller, Mozart, Chopin, Bethoven, Caraballo, Rembrant, Velasquez, Picasso y Tamayo entre tantas maravillas.

Y si tienes cáncer o Sida, pueden pasar dos cosas y las dos son buenas; si te gana te libera del cuerpo que es tan molesto: tengo hambre, tengo frío, tengo sueño, tengo ganas, tengo razón, tengo dudas... y si le ganas, serás más humilde, mas agradecido, por lo tanto fácilmente feliz. Libre del tremendo peso de la culpa, la responsabilidad, y la vanidad, dispuesto a vivir cada instante profundamente como debe ser.

No estas deprimido, estas desocupado. Ayuda al niño que te necesita, ese niño será socio de tu hijo. Ayuda a los viejos, y los jóvenes te ayudarán cuando lo seas. Además el servicio es una felicidad segura, como gozar a la naturaleza y cuidarla para el que vendrá. Da sin medida y te darán sin medidas. Ama hasta convertirte en lo amado, mas aun hasta convertirte en el mismísimo amor. Y que no te confundan unos pocos homicidas y suicidas, el bien es mayoría pero no se nota porque es silencioso, una bomba hace mas ruido que una caricia, pero por cada bomba que le destruyan hay millones de caricias, que alimentan a la vida.

PENSAMIENTO:

"Aun la jornada más larga empieza con el primer paso."

-Proverbio Chino

E) CUERPO, CEREBRO Y CORAZON, LA GENTE QUE NECESITAMOS

Por Daniel Cestau L.

Enviado por Ivania Alpizar

Las empresas están repletas hoy de gente que pone el cuerpo y el cerebro a disposición del trabajo diario, pero debemos tener en cuenta que esto no basta. Son muy pocas las empresas que cuentan con gente verdaderamente comprometida, que además del cuerpo y el cerebro ponen el corazón, la variable indispensable para que la organización tarde o temprano se destaque.

Hace algunos meses tuve que viajar por unas reuniones de trabajo a Dinamarca y tuve la oportunidad de conocer a un equipo de investigadores de la University of Copenhagen (Kobenhavs Univessitet) que me permitieron acceder a los resultados estadísticos de un trabajo realizado durante el año 2001.

Se trabajó durante 10 meses en 240 empresas y sobre 43.000 empleados, y de esta forma se pudo conocer que el 10% de la fuerza laboral total estaba buscando activamente otra ocupación (quería irse a trabajar a otro lado lo antes posible), el 40% confesó no estar orgulloso de trabajar en la empresa (e incluso agregaban a esto constantes comentarios negativos).

Entre el 8 y el 10% de los encuestados no les interesaba en lo mas mínimo los resultados de la empresa en que trabajaban (algunos incluso desde hacía varios años) y de alguna manera eran totalmente ajenos al hecho de que tarde o temprano esto afectaría de alguna manera (bien o mal) sus puestos de trabajo.

Dinamarca es un país sin problemas de crisis económicas, con una economía estable, un crecimiento sostenido y una desocupación del 5%, organizado, ordenado, líder en tecnología

y diseño, con un Estado que cobra impuestos muy altos (algo así como el 40% de los ingresos), pero hay que agregar que sus habitantes tienen todo solucionado: el transporte, la seguridad, la salud, y hago este comentario ya que si esta encuesta arrojó estos resultados en un mercado en el que todo es prosperidad, ni me imagino los resultados en un mercado recesivo, ya que hay que agregar a la desmotivación del trabajo la constante preocupación por el entorno económico, las inseguridades y demás problemáticas que atentan directamente el estado emocional de las personas.

La encuesta arrojó también un dato muy importante y esperanzador, ya que el 20% de la fuerza laboral analizada dijo estar comprometida y con el corazón puesto en su trabajo.

La fórmula del éxito en las organizaciones modernas está relacionada directamente con el esfuerzo de su gente y con poner realmente lo mejor de sí para enfrentar las adversidades. Las relaciones humanas son uno de los pilares que marcarán la diferencia de aquí en más.

Es muy difícil que la gente que no está a gusto en su trabajo lo manifieste. Como consultor lo veo a diario, generalmente "se enquistan" y ayudan a veces inconscientemente a frenar el movimiento natural de la empresa (ponen "palos en las ruedas"), buscan a alguien de confianza para contar lo que les sucede, pero rara vez lo presentan abiertamente, por miedo al castigo o la represalia seguramente.

Es común escuchar en las empresas hablar a sus ejecutivos o empleados de "nosotros" y "ellos", y esto ya marca un llamado de atención.

Una de las equivocaciones más graves en que caen los empresarios actualmente es la falta de motivación y validación de su gente, condición esencial para generar el espíritu de equipo que toda empresa necesita para competir con posibilidades de crecer. Pero también esto es algo que se debe hacer de corazón, no se puede "fingir" validación, ya que el efecto "bumeran" podría ser mucho peor.

Los empresarios deberían "disfrutar" más a su gente, compartir más, dejarlos crear más, participar activamente y escuchar con atención sus puntos de vista, lo que tienen para decir, mucho más aún en la Pequeña y Mediana Empresa, donde el director o el dueño conoce a todos por su nombre y seguramente muchos lo acompañan hace un largo tiempo.

El empresario debe confiar en su gente (¿y en quién más sino?), debe cuidar la selección de personal (para poder confiar sin problemas) y sumar únicamente recursos en los que pueda delegar (no hay manera de equivocarse si se hace como se debe hacer), a los que pueda "dejar hacer".

Las investigaciones más modernas demuestran que las sociedades con alto capital social son aquellas que gozan del predominio de la confianza en las relaciones que entablan sus miembros, entendiendo por confianza: "la expectativa que surge dentro de una comunidad de comportamiento normal, honesto y cooperativo, basada en normas comunes, compartidas por todos los miembros de dicha comunidad."

La "marcación cuerpo a cuerpo" ya no va más, y lamentablemente lo seguimos viendo en las empresas. Gerenciar generando miedo (al castigo, al despido, al "congelamiento), gerenciar presionando, gerenciar sin participación, gerenciar queriendo tener siempre la verdad, tiene hoy un costo alto, porque se va saturando a la gente hasta terminar de quitarle la energía y convertirlos en una especie de "zombis" que sólo vienen a trabajar porque no tienen en esta vida otra cosa que hacer. De esta forma, sin relaciones humanas no se logra productividad, ni calidad, se cometen errores y los errores cuestan muy caros (y a las PyMEs mucho más),

ya sea medidos económicamente o peor aún en oportunidades por tiempo perdido.

Son incontables los casos en que la desconfianza lleva a crear ridículos sistemas y procedimientos de control que atentan contra todo principio de eficiencia.

Son también muchos los empresarios que tienden a poner primero en sus prioridades al dinero o incluso al cliente, sin darse cuenta que al poner a su gente primero en sus atenciones, ellos harán lo mismo con sus clientes, y cuando los clientes son el centro de la atención en su empresa, se cierra una ecuación que sólo puede generar facturación y, haciendo bien los deberes, rentabilidad.

Vale agregar que también se estudió que la gente de estas empresas necesitó aproximadamente 45 minutos para desalojar sus oficinas durante un ejercicio de incendio y tan sólo 14 minutos el mismo día cuando llegó el momento de volver a sus hogares.

Usted seguramente habrá estado de visita o como cliente en alguna empresa donde el teléfono sonaba y sonaba y nadie lo atendía, todos los empleados parecían estar muy ocupados en sus tareas y hacían "oídos sordos" al teléfono que sonaba, probablemente con un cliente detrás. Seguramente le habrá pasado al revés: usted llamando a una empresa u organismo y tener que colgar por no ser atendido.

Al igual que en la parábola del "sapo hervido", los empleados muchas veces se "dejan ganar por la rutina" y nadie hace nada para cambiarlo. No hay que echarles toda la culpa, obviamente, como dice el refrán: "la culpa no la tiene el chancho sino el que le da de comer".

La estrategia en la PyME debe ser cambiar antes de que sea necesario, ya que cuando tenemos que cambiar movidos por la necesidad, seguramente las estrategias estarán atadas a las decisiones del Banco o de la Institución que asista financieramente a la empresa. Y la mejor manera de hacer los cambios es junto con la gente. La empresa cambia cuando su gente cambia y se redirecciona con nuevos objetivos y nuevas metas, cuando la gente se involucra en esta reconversión.

Las empresas deben concentrarse en la producción, las relaciones humanas y la calidad si quieren formar parte de las organizaciones que perdurarán en el tiempo. Vale recordar que la edad de las empresas disminuye cada vez más, contrariamente a lo que ocurre con los seres humanos gracias a los adelantos de la medicina. Mercados globalizados y extremadamente competitivos y altamente exigentes son la razón en la mayor parte de los casos.

REFLEXION:

La realidad es que en los negocios sigue sin haber recetas mágicas, pero sí puede parecer mágico el efecto que se logra con un equipo de gente comprometida, motivada, validada y alineada hacia un objetivo común.

PENSAMIENTO:

"He luchado contra la dominación blanca, he luchado contra la dominación negra. He venerado el ideal de una sociedad libre y democrática, en la cual todas las personas vivan juntas en armonía e igualdad de oportunidades. Es un ideal al cual espero consagrar mi vida y lograr. Pero si fuere preciso, es un ideal por el cual estoy dispuesto a morir."

-Nelson Mandela

PENSAMIENTO:

"Hagas lo que hagas, o sueñes que puedes hacer, empiézalo. La osadía tiene genio, poder y magia."

-Johann Goethe

Gracias por su continuo interés y apoyo al Boletín-e del Grupo Desarrollo Humano. Este Boletín-e está dedicado a las personas que están comprometidas con el mejoramiento continuo personal en sus hogares, comunidades y empresas. Creemos que debemos de perpetuar los principios y valores que a través de la historia han hecho grandes a nuestros pueblos y que serán los que nos permitan enfrentar con sabiduría los retos que nos presentan los nuevos tiempos de cambio.

Como ustedes saben la misión principal de este Boletín-e es la de llegar a la mayor cantidad de personas a la cuales podamos ayudar y motivar con mensajes sencillos pero poderosos, para mejorar sus vidas constantemente. Con esto en mente, queremos pedirles su ayuda para aumentar significativamente el número de suscriptores. **Por favor recomiende o pase este Boletín-e a cualquier persona** que usted crea se podría beneficiar con estas ideas. Recuerde que este Boletín no obedece a corrientes religiosos ni tendencias políticas.

Envíe este Boletín-e a sus familiares y amigos haciendo clic en "Reenviar" en su programa de correo electrónico.

Para subscribirse GRATIS a este Boletín-e visite <http://GDHumano.tripod.com>

"A nuestros estimados lectores que nos envían aportes, con todo respeto queremos pedirles que no nos comprometan y verifiquen muy bien el origen y los derechos de autor del material que nos envían, ya que en el Boletín-e del Grupo Desarrollo Humano respetamos los derechos de autor y no queremos reproducir ni transmitir en manera alguna ni por ningún medio, material literario sin permiso previo y por escrito del autor, ya que el derecho de autor y la propiedad intelectual también existen en Internet"

Editor: Gilbert A. Aubert gdhumano@racsa.co.cr

Web Master: Arturo González arturo@usa.net

Si no desea recibir este Boletín-e, o lo recibió por error, por favor escriba a: GDHumano@racsa.co.cr solicitando que lo "desinscriban".

©2002 Grupo Desarrollo Humano Boletín-e N.55