

Conferencia:

"EL COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL Y LA GESTIÓN EDUCATIVA"

Luis Yto Yto

An illustration of a speaker at a podium. The speaker is a red silhouette of a person standing at a grey podium, pointing with a red arrow towards the audience. The audience is represented by several blue and green silhouettes of people sitting at a long table. The background is a dark blue gradient.

"Las personas u organizaciones con hábitos de efectividad son las piedras angulares para formar organizaciones altamente efectivas"

Stephen R. Covey.


Los hábitos a desarrollar son:

HÁBITOS


1. Responsabilidad: Nos faculta para responder (responsabilidad) de acuerdo con nuestros principios y valores.
2. Liderazgo: Hace posible que nuestra vida tenga razón de ser.
3. Administración personal: Es la disciplina de llevar a cabo lo importante, lo cual nos permite convertir en realidad la visión que forjamos.
4. Beneficio mutuo: Cuando establecemos el balance entre nuestros objetivos y los objetivos de los demás podemos lograr el bien común.

HÁBITOS

5. Comunicación efectiva: Este hábito es la clave de las relaciones humanas efectivas y posibilita llegar a acuerdos de tipo ganar/ganar.
6. Interdependencia: La síntesis de ideas divergentes produce ideas mejores y superiores a las ideas individuales.
7. Mejora continua: Es usar la capacidad que tenemos para renovarnos física, mental y espiritualmente.



Una organización con personas que practican estos hábitos obtienen las siguientes características:



CARACTERÍSTICAS

1. Selecciona proactivamente su rumbo estratégico.
2. La misión de la organización está integrada por la mente y los corazones de las personas que forman parte de la empresa.
3. El personal está facultado para prevenir y/o corregir los problemas en su origen.
4. Las actividades y los comportamientos del tipo ganar/ganar están sustentados por sistemas alineados con la misión organizacional.

CARACTERÍSTICAS

5. Se cuenta con sistemas de información para mantenerse al tanto de las necesidades y los puntos de vista de empleados, clientes, proveedores, accionistas y la comunidad donde operan.
6. Se propicia el intercambio de información y la cooperación entre los diferentes departamentos y/o unidades de las empresas.

CARACTERÍSTICAS

7. Se hacen inversiones para renovar la empresa en cuatro dimensiones fundamentales:

Dimensión física: Se reinvierte en las personas, las instalaciones y la tecnología.

Dimensión espiritual: Se reafirma constantemente el compromiso con los valores y principios que rigen la empresa.
Se renueva la misión de ser necesario.

Dimensión intelectual: Continuamente se invierte en capacitación y desarrollo personal y profesional.

Dimensión social: Se hacen depósitos frecuentes en la cuenta de banco emocional de todos los protagonistas clave de la empresa: empleados, clientes, accionistas, proveedores, miembros de la comunidad, etc.

El Inicio del proceso se genera con las siguientes pautas:

DE ADENTRO HACIA AFUERA

- Z Observar la conducta de la organización (todo el personal) desde una perspectiva lejana al problema.
- Z El camino debe empezar por nosotros mismos (líderes), por nuestras **Percepciones**.

LA PERSONALIDAD Y LA ÉTICA DEL CARÁCTER

Z Ética del carácter: integridad, humildad, fidelidad, medida, valor, justicia, paciencia, esfuerzo, simplicidad, modestia y la "regla de oro". Enseñaba que existen principios básicos para vivir con efectividad para experimentar un verdadero éxito (época Benjamín Franklin).

Z Ética de la personalidad: Tiene 2 caminos

1. Las relaciones públicas y humanas.

2. La actitud mental positiva (AMP)

El enfoque trataba de manipular usando técnicas buscando animar, fingir, interés o intimidando a realizar lo que se quería.

LA PERSONALIDAD Y ÉTICA DEL CARÁCTER

- Z Se sugería que el **"carácter"** es un elemento del éxito.
- Z No se debe percibir la comparación social como motivación ya que no puede estar de acuerdo con nuestros valores y conducir a un amor condicionado y minimizar el sentido de los méritos propios.
- Z Hay que tomar distancia respecto del problema y percibir su identidad, individualidad, independencia y valor personal. (Cada individuo debe generar su propia personalidad).
- Z El rol natural debe ser AFIRMARLO, DISFRUTARLO Y VALORARLO.

LA PERSONALIDAD Y LA ÉTICA DEL CARÁCTER

Z Los salmos expresan esta convicción:

“Busca tu propio corazón con diligencia pues de él fluye las fuentes de la vida”

GRANDEZA PRIMARIA Y SECUNDARIA

- Z Ética de la personalidad: (desarrollo de la personalidad, habilidades para la comunicación, estrategias de influencia y pensamiento positivo), representan rasgos secundarios.
- Z Si no se genera empatía con el individuo o grupo de retórica o las intenciones no bastaran para motivar la ejecución del mensaje por muy bien elaborado que esté el mensaje.
- Z La cultura de la repetición es la que puede generar el dominio de las materias o el desarrollo de una mente culta (Grandeza Primaria).

GRANDEZA PRIMARIA Y SECUNDARIA

Z Nuestra esencia se transmite con elocuencia tan grande que supera cualquier cosa que podamos decir.

EL PODER DE UN PARADIGMA

- Z Los 7 hábitos de las personas altamente efectivas se basan en muchos principios fundamentales de la efectividad humana, siendo estos básicos y primarios que representan los cimientos de la felicidad y el éxito duradero.
- Z Para llegar a entender este ámbito debemos comprender nuestros propios paradigmas y saber cómo realizar un cambio de ellos.
- Z La ética del carácter y de la personalidad son paradigmas sociales (Grandeza Secundaria).

EL PODER DE UN PARADIGMA

- Z Nuestro paradigma representa la forma de cómo percibimos, comprendemos, interpretamos el entorno.
- Z Cuando más conozcamos nuestros paradigmas y cuanto ha influido en nuestras experiencias, mejor podremos asumir la realidad de nuestro entorno y, así, lograr una mayor visión y más objetiva.

EL PODER DE UN CAMBIO DE PARADIGMA

- Z La expresión DE CAMBIO DE PARADIGMA la introdujo Thomas Kuhn en su libro *“La estructura de las revoluciones científicas”*. Casi todos los descubrimientos significativos en el campo del esfuerzo científico aparecen como rupturas de la tradición, viejos modos de pensar, con los antiguos paradigmas.
- Z Los cambios menores en nuestras vidas basta con concentrarnos en actitudes y conductas, pero si aspiramos a un cambio significativo, equilibrado, tenemos que trabajar sobre nuestros paradigmas básicos.

VER Y SER

- Z Los paradigmas son inseparables del carácter. Ser es Ver en la dimensión humana. Y lo que vemos está altamente interrelacionado con lo que somos. No podemos llegar muy lejos en la modificación de nuestro modo de ver sin cambiar simultáneamente nuestro ser y viceversa.
- Z Los paradigmas son poderosos porque crean los cristales o las lentes a través de los cuales vemos el mundo. El Poder de un cambio considerable, ya se trate de un proceso instantáneo o lento y pausado.

EL PARADIGMA BASADO EN PRINCIPIOS

Z La realidad Objetiva (el territorio) está compuesto por PRINCIPIOS (faro) que gobiernan el desarrollo y la felicidad humana.

Z Ejemplos de principios:

- . RECTITUD, desarrolla el concepto de equidad y justicia.
- . DIGNIDAD HUMANA, desarrolla el concepto de igualdad de deberes y derechos.
- . INTEGRIDAD Y HONESTIDAD, desarrolla el concepto de confianza y la cooperación.
- . SERVICIO, desarrolla el concepto de contribución.
- . CALIDAD O EXCELENCIA
- . POTENCIAL, desarrolla el concepto de que podemos desarrollar cada vez más

EL PARADIGMA BASADO EN PRINCIPIOS

Z Ejemplos de principios:

- . CRECIMIENTO, desarrolla y libera la creatividad humana.
- . PACIENCIA, EDUCACIÓN Y ESTÍMULO, se desarrollan gracias al principio de crecimiento.

Z Los principios son el Territorio.

Z Los Valores son los mapas.

Z Los principios son directrices para la conducta humana que tienen un valor duradero, permanente.

SON FUNDAMENTALES, INDISCUTIBLES Y SE EVIDENCIAN POR SÍ MISMOS.

PRINCIPIOS DEL DESARROLLO Y EL CAMBIO

- Z La ética de la personalidad es ilusoria y engañosa.
- Z El proceso de desarrollo se debe ejecutar paso por paso, sin abreviar el crecimiento natural.
- Z El proceso de enseñar debe darse con tranquilidad y con sentido de reflexión en un ámbito oportuno.

EL MODO EN QUE VEMOS EL PROBLEMA ES PROBLEMA

Z El problema está en la forma que vemos el problema.

UN NUEVO NIVEL DE PENSAMIENTO

- Z Albert Einstein observó que “los problemas significativos que afrontamos no pueden solucionarse en el mismo nivel de pensamiento en el que estábamos cuando los creamos”.
- Z Se debe desarrollar un nivel de pensamiento más profundo (paradigma basado en los principios que describan con exactitud la efectividad del ser humano y sus interacciones).
- Z Este principio se basa en el carácter y se enfoca de adentro hacia fuera.
- Z Empieza en la persona: paradigmas, carácter y los motivos.

UN NUEVO NIVEL DE PENSAMIENTO

- Z Se debe generar energía positiva y eludir la energía negativa en vez de fortalecerla.
- Z Para tener personas más agradables y cooperativas uno debe ser MAS COMPRENSIVO, EMPÁTICO, COHERENTE, CARIÑOSO.
- Z Para tener personas con mayor libertad se debe ser MÁS RESPONSABLE, MÁS ÚTIL, MÁS COLABORADOR.
- Z Para tener personas más confiables, deben ser dignos de aquella confianza.
- Z Para aspirar a la grandeza Secundaria del talento, se debe centrar primero en la grandeza Primaria del carácter.
- Z Las victorias privadas preceden a las victorias públicas.

UN NUEVO NIVEL DE PENSAMIENTO

- Z Se debe anteponer el carácter a la personalidad (todo empieza en casa).
- Z El paradigma de afuera hacia dentro genera personas infelices que se sienten sacrificadas e inmovilizadas, concentradas en los defectos de otras personas y en las circunstancias a las que atribuyen la responsabilidad por su situación de estancamiento.
- Z “No debemos dejar de explorar, porque la final de nuestra exploración llegaremos a nuestro punto de partida y conoceremos el lugar por primera vez” T.S. Elliot.

PANORAMA GENERAL DE LOS HÁBITOS

Z Somos lo que hacemos día a día. De modo que la excelencia no es un acto, sino un hábito: ARISTÓTELES.

Z Nuestro carácter está compuesto por nuestros hábitos.

Z Siembra un pensamiento, cosecha una acción.

Siembra una acción, cosecha un hábito.

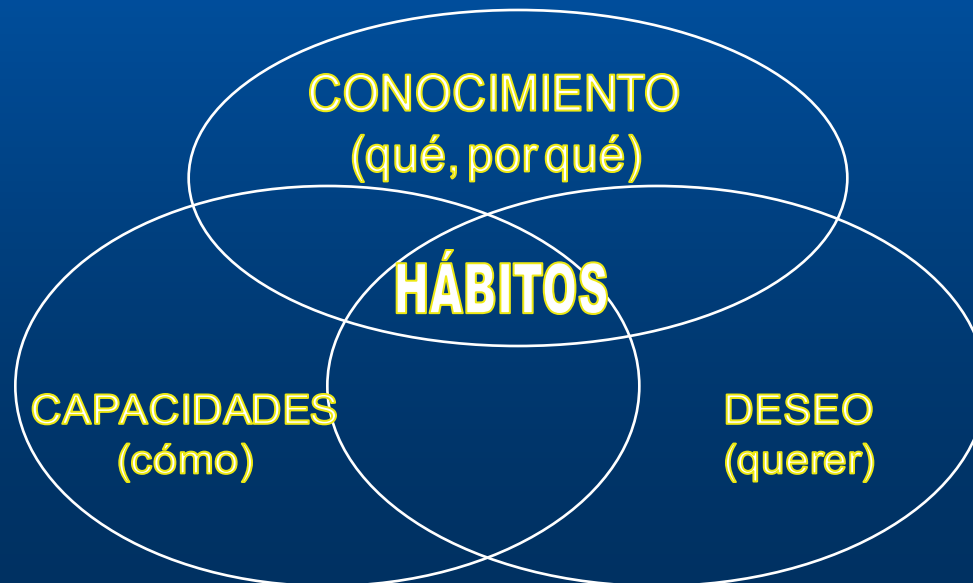
Siembra un hábito, cosecha un carácter.

Siembra un carácter, cosecha un destino (Proverbio).

LOS HÁBITOS DEFINIDOS

El hábito es como una intersección de conocimiento, capacidad y deseo.

Para convertir algo en un hábito necesitamos:



LOS HÁBITOS DEFINIDOS

- Z Para interactuar efectivamente con los demás tengo que escucharlos primero.
- Z Se debe trabajar sobre el conocimiento, la capacidad y el deseo, para irrumpir en nuevos niveles de efectividad personal e interpersonal.

EL CONTINUUM DE LA MADUREZ

- Z La independencia es el paradigma del yo; o sea yo puedo hacerlo, yo soy responsable, yo me basto a mí mismo, yo puedo elegir.
- Z La interdependencia es el paradigma de nosotros; o sea nosotros podemos hacerlo, nosotros podemos cooperar, nosotros podemos combinar talentos y aptitudes para crear juntos algo importante.
- Z Las personas independientes consiguen lo que quieren gracias a su propio esfuerzo.
- Z Las personas interdependientes combinan sus esfuerzos con los de otros para lograr un éxito mayor.

EL CONTINUUM DE LA MADUREZ

- Z Las personas independientes sin madurez para pensar y actuar interdependientemente pueden ser buenos productores individuales, pero no serán buenos líderes ni buenos miembros de equipo.
- Z Ser interdependiente físicamente es ser capaz de depender de uno mismo y comprender que trabajo en grupo y que así lograremos mucho más (Gran sensación de Valía).
- Z Siendo interdependiente tengo la oportunidad de compartirme profunda y significativamente con otros y logro acceso a los amplios recursos y potenciales de otras personas.

LA EFECTIVIDAD DEFINIDA

- Z Están basados en el carácter, creando un centro potenciador de mapas correctos, para poder resolver problemas con efectividad , maximizar sus oportunidades y aprender e integrar continuamente otros principios en un espiral de desarrollo ascendente.
- Z La verdadera efectividad está en función de dos cosas: lo que se produce y los medios y/o bienes de producción y la capacidad para producir.
- Z La efectividad reside en el equilibrio (equilibrio P/CP):
P es producción; CP es la capacidad de producción.

TRES TIPOS DE BIENES

Z Los bienes son: físico, económicos y humanos.

Z Mantener el equilibrio entre P y CP determina una diferencia enorme en el empleo efectivo de los bienes físicos, repercutiendo notablemente en el empleo de los bienes económicos.

CP ORGANIZACIONAL

Z El principio de CP dice que siempre hay que tratar a los empleados exactamente como queremos que ellos traten a nuestro clientes.

SEIS PARADIGMAS DE LA INTERRELACIÓN HUMANA

| | |
|-------------------------|--|
| Ganar / Ganar | Se busca el beneficio mutuo para que ambas partes se sientan con un ámbito cooperativo y no competitivo. El éxito se logra involucrando a todos. |
| Gano / Pierdes | Se consigue el éxito a costa del fracaso del otro. Es autoritario y no perduran en el tiempo. |
| Pierdo / Ganas | Es ceder o renunciar. Se basa en la inseguridad personal, tratando de agradar o apaciguar. Personas que guardan resentimiento. |
| Pierdo / Pierdes | Personas del tipo gano/pierdes con tendencias obstinadas y egoístas. Es la filosofía del conflicto o guerra. |

ESCUCHANDO NUESTRO LENGUAJE

| LENGUAJE REACTIVO | LENGUAJE PROACTIVO |
|---------------------|--|
| No puedo hacer nada | Examinemos nuestras alternativas |
| Yo soy así | Puedo optar por un enfoque distinto |
| Me vuelvo loco | Controlo mis sentimientos |
| No lo permitirán | Puedo elaborar una exposición efectiva |
| Tengo que hacer eso | Eligiré una respuesta adecuada |
| No puedo | Elijo |
| Debo | Prefiero |
| Si..... | Pase lo que pase |

**“LA TAREA PRIMORDIAL DEL LIDER ES
DE QUE TODOS VEAN Y VIVAN LA
MISIÓN”**

PETER DRUCKER