



Por sus resultados les conoceréis

Había una vez, en un pueblo, dos hombres que se llamaban Joaquín González. Uno era sacerdote y el otro era taxista. Quiere el destino que los dos mueran el mismo día. Entonces, llegan al cielo, donde les espera San Pedro.

-¿Tu nombre? – pregunta San Pedro al primero.

- Joaquín González.

- ¿El sacerdote?

- No, no; el taxista.

San Pedro consulta su planilla y dice:

- Bueno, te has ganado el Paraíso. Te corresponden estas túnicas de seda con hilos de oro y esta vara de oro con incrustaciones de rubíes. Puedes pasar.

- Gracias, gracias... – dice el taxista.

Pasan dos personas más, y luego le toca el turno al otro Joaquín, quien había presenciado la entrada de su paisano.

- ¿Tu nombre?



- Joaquín González.

- ¿El sacerdote?

- Sí.

- Muy bien, hijo mío. Te has ganado el Paraíso. Te corresponde esta bata de poliéster y esta vara de plástico.

El sacerdote dice:

- Perdón, no es por presumir, pero... ¡debe haber un error! Yo soy Joaquín González, ¡el sacerdote!

-Sí, hijo mío, te has ganado el Paraíso, te corresponde la bata de...

- ¡No, no puede ser! Yo conozco al otro señor, era un taxista, vivía en mi pueblo, jera un desastre como taxista! Se subía a las aceras, chocaba todos los días, una vez se estrelló contra una casa, conducía muy mal, tiraba los postes de alumbrado, se llevaba todo por delante. Y yo me pasé cincuenta años de mi vida predicando todos los domingos en la parroquia. ¿Cómo puede ser que a él le toque una túnica con hilos de oro y vara de rubíes y a mí esto? ¡Debe haber un error!

- No, no es ningún error- dice San Pedro. Lo que pasa es que aquí en el cielo ha llegado la globalización con sus nuevos enfoques administrativos. Nosotros ya no hacemos las evaluaciones como antes.

- ¿Cómo? No entiendo...

- Claro, ahora nos manejamos por objetivos y resultados. Mira, te voy a explicar tu caso y lo entenderás enseguida: durante los últimos cincuenta años, cada vez que tú predicabas, la gente se dormía; pero cada vez que el taxista conducía, la gente rezaba y se acordaba de Dios. Entonces, ¿quién vendía más nuestros servicios? Nos interesan los resultados, hijo mío.

¡RE - SUL - TA - DOS!



Siempre he defendido la idea que no existe una mejor manera de hacer las cosas, ni existe un estilo o forma ideal de gerenciar, gestionar o dirigir, que todo depende de las condiciones “históricas concretas” y de los eventos y contingencias, de la preparación, capacidad y conocimiento de los involucrados en un proceso cualquiera, de la misión y la estrategia a seguir, de la cultura organizacional, etc., pero si existe una verdad en todo esto, es que todos perseguimos resultados en

cada acción que realizamos en nuestra organización y una buena forma de evaluarnos es a través de esos resultados.

No voy a entrar en la contradicción si lo importante es el qué o el cómo o si el qué del cómo...Para llegar a un final se debe trazar una línea de traslación y durante todo el proceso de management estratégico vamos adecuando los esfuerzos y desempeño al camino previamente trazado. Por lo mismo, existe en cada organización una declaración de valores que rige el comportamiento de los hombres en dicha organización, existen los puntos de referencia a los lugares y posiciones deseadas y se traza, mediante la declaración de la estrategia, una forma y actitud a asumir durante el proceso...Luego vienen los resultados y es ahí hacia donde queremos arribar.

En nuestros tiempos, los resultados de una empresa dependen directamente de cómo hayan sido tratados estratégicamente los activos intangibles. Es más que evidente, que ellos constituyen una ventaja competitiva en esta era del conocimiento y es imperante para una empresa que tenga pretensiones de imponerse en la competencia, establecer estrategias para desarrollar las capacidades de la organización para llevar a cabo sus actividades. Estas capacidades son las aptitudes de un equipo de recursos para la realización de una actividad determinada y representan el resultado del trabajo en equipo de esos recursos. Incluyen un conjunto de relaciones entre los recursos humanos y otros recursos, de ahí la importancia de estas relaciones en cada equipo de trabajo y/o proceso.

Como se manifieste la coordinación entre estos conjuntos de recursos y equipos se verá reflejado el nivel de los resultados. De ahí la importancia del liderazgo, cultura

y estilo para la motivación y el espíritu de compromiso y cooperación entre sus miembros para llevar a cabo sus funciones.

En su trabajo “Liderazgo basado en resultados”, Ulrich, Zenger y Smallwood identifican cuatro capacidades críticas que los líderes deben generar, desarrollar y aprovechar para obtener ventajas competitivas en la organización.

1. Aprendizaje: habilidad para innovar, generar ideas nuevas y aprovechar el conocimiento.
2. Velocidad: habilidad para actuar con agilidad y la capacidad de cambio.
3. Ausencia de fronteras: habilidad de colaborar en equipos trascendiendo unidades organizacionales, y de obrar como una organización virtual.
4. Rendición de cuentas: habilidad para tener disciplina, efectuar la reingeniería de los procesos laborales y crear el sentido de propiedad en los empleados, todo ello con miras a obtener resultados.

El fomento, desarrollo e incluso un balance, debido a la interdependencia, de estas capacidades críticas en la organización, repercutirán en el resultado exitoso de los trabajadores en sus actividades, lo que traerá consigo los resultados esperados en la organización.

Una estrategia de dirección, basada en una efectiva gestión de los recursos humanos a través de estas cuatro variables o capacidades críticas será un arma eficaz para la satisfacción de los clientes tanto internos como externos y el rendimiento, reconocimiento y cosecha de la empresa.

[themoneytizer id="23640-28"]



Por sus resultados les conoceréis

suscripción rápida

con un 'click'

Otros artículos que le pueden interesar:

Suavizar el impacto del COVID en la Gestión de Ventas de un Hotel

[Read More](#)

Los errores mas comunes del Liderazgo

[Read More](#)

Liderazgo en una crisis: respuesta de un buen director de hotel al brote de coronavirus

[Read More](#)



Por sus resultados les conoceréis

El Branding, o Crear una Marca Hotelera que marque la diferencia

Read More