

Boletín

Informativo

Marzo 2016

No. 28



Litegua

**CONSTRUCTORA
CODICO**

Valle Dorado
Resort y parque acuático *****

**GUATEMALA
EXPEDITION**

**Litegua
Express**

**TRANSPORTES
Vilma**

“La vida es muy corta para las excusas.
Define tus metas y ve tras ellas.”

Ron White



Actualmente en Grupo GM estamos desarrollando una cultura de desarrollo por competencias, y queremos compartir esta información contigo para que estés informado y puedas aplicarla.

Las 'competencias laborales' se definen como "las actitudes, conocimientos y destrezas necesarias para cumplir exitosamente las actividades que componen una función laboral, según estándares definidos por el sector productivo".

Cada mes estaremos publicando una competencia para que puedas conocerla, desarrollarla y aplicarla.

1. COMUNICACIÓN:

Escucha atentamente y transmite mensajes en tiempo y con claridad, para lograr eficiencia y productividad en la información.

La gente no te seguirá si no saben lo que quieres o a dónde vas. Tú puedes ser un comunicador efectivo si sigues cuatro verdades básicas.

1. Simplifica tu mensaje La comunicación no es solo lo que se dice. Es también cómo se dice. Contrario a lo que algunos educadores enseñan, la clave para la comunicación efectiva es la simplicidad. Olvídate de impresionar a la gente con grandes palabras u oraciones complejas. Si quieres relacionarte con las personas sé sencillo. Napoleón Bonaparte acostumbraba decir a sus secretarios, «sea claro, sea claro, sea claro». Una anécdota sobre un secretario ejecutivo recién nombrado nos da una pauta para una comunicación efectiva. Lo invitaron a hablar a un grupo grande por primera vez, por lo que se acercó a su mentor pidiéndole consejos sobre como dar un buen

discurso. El hombre, mayor que él, le dijo: «Escribe una apertura estimulante que pueda cautivar a todos en la audiencia. Después escribe un resumen y una conclusión dramáticos que haga que la gente desee actuar. Después pónlos tan juntos como sea posible».

2. Mira a la persona Los comunicadores efectivos se concentran en las personas con las que se están comunicando. Saben que es imposible comunicarse con efectividad con una audiencia sin saber algo sobre ellos. Cuando te comuniques con las personas, ya sean individuos o grupos, hazte estas preguntas: ¿Quién es mi audiencia? ¿Cuáles son sus preguntas? ¿Cuáles son las necesidades a suplir? y, ¿Cuánto tiempo tengo? Si quieres llegar a ser un mejor comunicador, déjate orientar por la audiencia. La gente cree en los grandes comunicadores porque los grandes comunicadores creen en la gente.

3. Muestra la verdad La credibilidad precede a la gran comunicación. Hay dos formas de transmitir credibilidad

a tu audiencia. Primero, cree en lo que dices. Personas comunes se convierten en comunicadores extraordinarios cuando son fervientes en sus convicciones. El mariscal de campo Ferdinand Foch observó: «El arma más poderosa sobre la tierra es el alma humana encendida». Segundo, vive lo que dices. No hay mayor credibilidad que la convicción en acción.

4. Busca una respuesta Cuando te comuniqués nunca olvides que el objetivo de toda comunicación es la acción. Si descargas un montón de información sobre las personas, no estás comunicando. Cada vez que hables a la gente, dales algo que sentir, algo que recordar, y algo que hacer. Si tienes éxito al hacer esto tu habilidad para guiar a otros tomará otro nivel.

«Un líder tiene que hacer que otros hagan las cosas; por lo tanto, tiene que tener la habilidad de inspirar y motivar, guiar y dirigir, y escuchar. Es solo a través de la comunicación que el líder es capaz de provocar que otros interioricen su visión y la pongan en acción.





¿Cómo evalúas tu capacidad de comunicarte con otros? ¿Es la comunicación una prioridad para ti? ¿Puedes inspirar y motivar a otros? ¿Expresas tu visión de tal forma que la gente sea capaz de entenderla, asimilarla, e implementarla? Cuando hablas con las personas una por una, ¿eres capaz de establecer un vínculo con ellos?, ¿y con los grupos? Si sientes en tu corazón que tu visión es grande, y todavía la gente no la capta, tu problema puede ser una incapacidad para comunicarte efectivamente.

CONVENCIMIENTO

Para mejorar tu comunicación has lo siguiente:

- Sé claro como una campana. Examina una carta, un memorándum u otro artículo que hayas escrito recientemente. ¿Son tus frases cortas y directas, o son vagas? ¿Serán capaces los lectores de captar las palabras que has escogido, o tendrán que leerlo con un diccionario en la mano? ¿Has usado la menor cantidad de palabras posibles? Para un comunicador, los mejores amigos son la sencillez y la claridad. Escribe tu

próximo trabajo de comunicación teniendo ambas cosas en mente.

- Reenfoca tu atención. Durante la próxima semana, mientras comunicas, pon atención a tu enfoque. ¿Está puesto en ti, en tu material o en tu audiencia? Si no está puesto en las personas, necesitas cambiar eso. Piensa en sus necesidades, preguntas y deseos. Acércate a las personas donde están, y serás un mejor comunicador.

- Vive tu mensaje. ¿Hay alguna discrepancia entre lo que comunicas y lo que haces?

- Habla con algunas personas confiables y pregúntales si creen ellos que estás viviendo tu mensaje. Tu esposa, un consejero, o un amigo cercano pueden ver cosas a las cuales tú eres ciego. Recibe sus comentarios sin defensividad. Hazte el propósito de hacer cambios en tu vida para ser más consistente



Innovación

Genera ideas poniendo de manifiesto conciencia y equilibrio, promoviendo así la realización de las mismas.

Según Franc Ponti, la innovación se desarrolla con 7 movimientos:

PRIMER MOVIMIENTO RUMBO (Saber a dónde queremos ir)

A. Ideas claras, Objetivos y anhelos. Tener una cierta idea de hacia dónde si quiere ir por la vida es importante. Sin caer en dogmatismos o emisiones restrictivas, a todos nos viene bien saber en qué dirección nos movemos. Está demostrado que las personas con claro sentido de la dirección de su vida resultados a largo plazo más eficiente y son también seguramente más felices. El papel del liderazgo es esencial. Todo proceso de cambio, y como consecuencia todo proceso de innovación, empieza a partir de las ideas visionarias de un líder o un conjunto de líderes. La innovación no es una moda. Innovar es replantear la misma forma de entender la empresa.

B. Misión, Visión y Valores en relación con la innovación. La misión acostumbra expresar, en una frase o dos, aquello que la empresa hace, es decir, su razón de ser.

Los valores intentan expresar una especie de código ético de la empresa, qué le sirve para ser competitiva y al mismo tiempo para mostrar una fotografía fiel de su forma de pensar y actuar. La visión expresa un deseo, una voluntad, un anhelo. La visión nos proyecta hacia el futuro, abre nuevas oportunidades, hace que el corazón se nos llene de renovadas esperanzas. Debemos tener claro que si queremos democratizar la innovación y abrirla para que todo el mundo pueda participar en sus procesos debemos ser realistas y estar con una mente abierta a cambios e innovación.

SEGUNDO MOVIMIENTO EQUIPO (Involucrar a todo el mundo)

Las empresas altamente innovadoras se caracterizan por haber sabido desarrollar una amplia cultura de innovación, sincera y abierta, donde todo el mundo se pueda reflejar y reconocerse. El comité de innovación debe estar compuesto por personas que sienta un especial motivación por los temas de creatividad, innovación, crecimiento y resultados. Debe ser un equipo de campeones de personas altamente comprometidas

El CI se hace necesario, sobre todo, cuando la empresa considera realmente que la innovación es la clave fundamental del éxito del futuro. Innovar quiere decir hacer cosas nuevas diferentes a las que hacen otros que aporten valor para alguien y con éxito. La formación en creatividad e Innovación debe transmitir a la gente confianza en sus capacidades. La formación no es válida si no supone un cambio de actitud. El objetivo fundamental de las acciones formativas dirigidas a difundir la creatividad y la innovación dentro de una organización es, sin duda, permitir que sus integrantes tengan las herramientas necesarias para desafiar los convencionalismos.

TERCER MOVIMIENTO CAMBIO
(Revolucionar las estructuras internas y con el contacto con el exterior)

Innovar implica cambio, movimiento y hacer cosas que no se han hecho antes. Y esto choca frontalmente con la mentalidad que impera en muchas empresas acostumbradas a repetir de forma sistemática el mismo patrón. Siempre el mismo patrón.

Siempre el mismo... siempre. La falta de motivación es uno de los elementos que juegan fuerte en contra de la innovación debemos olvidar la resistencia más difícil de combatir, la de los patrones mentales de las personas que trabajan en las empresas, es decir, sus propios miedos al cambio. Tan sólo una formación de calidad y un proceso lento pero seguro de transformación podrá superar esas trabas. Se brindan muchas más oportunidades a la innovación cuando somos capaces de crear un ambiente de colisión creativa en el cual existe la máxima combinación de personas y equipos posibles que piensan de forma distinta pero que saben cómo evitar los conflictos huir del caos y elaborar propuestas inteligentes que generen diversidad y permitan buscar y encontrar nuevos enfoques.

CUARTO MOVIMIENTO TENDENCIA
(Anticiparnos al futuro, coolhunting)

Sin mirar más allá, las ideas pierden valor. Innovar como ya dijo Peter Drucker de alguna forma implica anticiparnos al futuro, construir escenarios de futuro antes de que lo hagan los demás.



Los innovadores y los creativos son capaces de ver cosas que más o menos todos podemos ver, pero que saben sacar conclusiones distintas que agregan valor para algún terreno específico. Vale la pena decir que al mirar más allá debemos tener tres cosas: ilusión, información y capacidad combinatoria y capacidad práctica. La ilusión es el ingrediente más importante, porque sin optimismo, ilusión y visión positiva de las cosas es muy difícil anticiparse al futuro. Para innovar Debe creerse que las cosas pueden ser posibles, aunque no sea fácil lograrlo. Información y capacidad combinatoria, mezcla y combina juegan con los conceptos prueban hibridaciones de elemento que parecen poco combinables, son capaces de hacer todo esto porque tiene mucha información en la cabeza y, lo que es más importante, saben cómo relacionarla. Capacidad práctica, consiste en encontrar una salida interesante para cualquiera de las ideas "locas" que nuestro cerebro ha sido capaz de fabricar. La mente creativa y por extensión las empresas innovadoras, es capaz distinguir entre la idea que no llevan a ningún sitio y aquellas que, a corto, medio o largo plazo nos transportaran al éxito.

De todas formas, mirar más allá no es fácil. Nuestra cabeza, por bien preparada que éste, no contiene toda la información. Hacer un poco de coolhunting seguro que nos ayudará. Hacer coolhunting quiere decir, brevemente, recoger de forma sistemática a las tendencias sociales, tecnológicas, artísticas, económicas, etc. que, de alguna forma, están influenciando lo que nuestra empresa hace (o lo que podría estar haciendo). Por lo tanto, analizar las tendencias quiere decir saber observar, saber mirar.

QUINTO MOVIMIENTO CREATIVIDAD (Generar ideas disruptivas)

Aprender a pensar en equipo, trabajar en equipo no es difícil, pero tampoco acostumbra a ser tremendamente fácil. Los humanos, por razones evolutivas y de educación, estamos poco acostumbrado a la cooperación y el trabajo conjunto, más allá de conflictos generadores de parálisis y envidias improductivas. Pero aprender a trabajar en equipo es clave para el desarrollo de las personas, y desde la perspectiva creativa, es simplemente imprescindible. El pensador creativo debe procurar superar su ego y, simplemente, escuchar y





jugar, sin dejarse tampoco condicionar en exceso por todo aquello que sabe. La innovación valiente y rompedora pasa por descubrir nuevos caminos, más allá de lo que ya se sabe que existe, enviando los convencionalismos a mejor vida. Saber trabajar en equipo, ser capaces de generar un gran número de ideas rompedoras, saber evaluarlas y concretarlas en prototipos, es el quinto movimiento, instante mágico de la creatividad.

SEXTO MOVIMIENTO PROYECTO
(Crear un continuo de innovación)
La famosa regla 1000 - 100 - 10 - 1 quiere decir que probablemente necesitamos 1000 ideas poder encontrar 100 que tengan sentido y se adecuen a nuestra estrategia. De estas 100, es posible que podamos quedarnos con 10. Y seguramente, de estas 10, al final nos quedaremos con una. La garantía de que esta última idea resulta exitosa están en función del trabajo previo: Cuanto más claro tengamos el rumbo

más gente haya trabajado con ilusión y cuánto mejor diseñado están los procesos de futuro y creativo, esperanza podemos albergar en que la idea o ideas finales aumenten el portafolio de productos innovadores de la empresa. Una vez realizada la tarea creativa, es el momento del proyecto. Ha llegado el momento de convertir las ideas en hechos. Promesa en realidad. Sueños en elementos tangibles y triunfadores. El propósito de todo proyecto, entonces, es posibilitar el desarrollo estructurado, pautado e inteligente de una idea que se supone tiene potencial.

SÉPTIMO MOVIMIENTO RESULTADO
(Sistematizar la innovación)
Llegamos a donde todo el mundo quiere llegar: resultado económico y al éxito. Porque hay una cosa que debe quedar clara: queremos innovar para obtener resultados económicos, índice inexorable de la salud de la empresa. Innovar no es hacer milagros. Ese resultado

merecido de un trabajo elaborado e inteligente. Es fundamental, crear un cuadro de mando en el que podamos ver claramente los tres estadios de la innovación: entrada, proceso y resultado. La entrada equivaldría al objetivo por alcanzar, el proceso expresaría las acciones por emprender para conseguir el objetivo y el resultado vendría determinado por un indicador que señale hasta qué punto esto se ha conseguido o no. Crear una cultura innovadora sólo es posible si se cumplen dos premisas: sistematizar la innovación y, por otro lado, contar con el compromiso e ilusión de la mayoría de los integrantes de la empresa. La aplicación adaptada, inteligente y progresiva de los siete movimientos, puede ser una de las

maneras de ir construyendo una cultura innovadora. Innovar ya ha dejado de ser una simple posibilidad en un tiempo marcado por la variabilidad, la globalización y la preeminencia progresiva de nuevas zonas económicas, se hace necesario contemplar la empresa desde una perspectiva diferente. A modo personal Innovar siempre ha sido importante en la historia de la humanidad, es en realidad una historia de las ideas generadas por nuestro cerebro, a pesar de los miedos que genera la innovación siempre es importante adaptarse al cambio reinventar las cosas para superarlas a cómo lo hizo la empresa "Apple" INNOVACIÓN por regla general debemos tener paciencia.



Conciencia Organizacional



Conoce y se identifica con la organización, actuando de forma íntegra y con su ejemplo influencia y contagia las ideas y acciones de los demás, que promuevan un impacto positivo. Reconocer los atributos y las modificaciones de la organización. Es la capacidad para comprender e interpretar las relaciones de poder en la propia empresa o en otras organizaciones, clientes, proveedores, etc. Ello implica la capacidad de identificar tanto a aquellas personas que toman las decisiones como a las que pueden influir sobre las anteriores; así mismo, significa ser capaz de prever la forma en que los acontecimientos o las situaciones afectarán a las personas y grupos de la organización.

MINIMO Le cuesta captar y asumir las modificaciones tanto del entorno como de la propia organización y de los clientes. Demuestra dificultad para cumplir en tiempo y forma con los objetivos que se le encomiendan

y no es consciente del impacto que tiene su gestión ni en la organización ni en su propia área de trabajo. Respeta y privilegia la cultura y la imagen corporativas solo cuando no contradicen sus propios intereses y modos de hacer y pensar. Desconoce los atributos de la organización y se esfuerza escasamente por informarse al respecto. No está atento a las relaciones de poder que se establecen formal e informalmente al interior de la organización. Ello le dificulta recurrir atinadamente a aquellas personas que pueden ayudarlo a alcanzar las metas y objetivos que le han sido encomendados.

INFERIOR

Demuestra tener los conocimientos básicos del negocio como para manejarse adecuadamente en sus actividades cotidianas. Se mantiene informado acerca de los cambios en el entorno, la competencia, la propia organización y la de sus clientes, aunque no siempre está actualizado al respecto.



Cumple a diario con los objetivos que sus superiores le encomiendan. Suele respetar y privilegiar la cultura y la imagen corporativas, más allá de sus propios intereses. Busca apoyo a fin de instrumentar adecuadamente los planes de la organización y poder lograr los objetivos acordados. Reconocer las modificaciones que vive la propia organización y, siempre que se le solicita, realiza aportes a fin de poder hacerles frente de modo exitoso a partir del propio modo de trabajo. Cumple los lineamientos generales de la organización.

MEDIO

Siempre cumple con los objetivos que se le encomiendan, a fin de hacer su aporte respecto del posicionamiento de la empresa en el mercado. Respeta y privilegia la imagen y cultura corporativa. Instrumenta adecuadamente los planes de la organización a fin de lograr los objetivos. Busca apoyo o asesoramiento experto, así como indicadores de superiores que le permitan resolver los problemas que se le presentan en su gestión. Reconoce las modificaciones organizacionales y reacciona frente

a ellas haciendo aportes valiosos. Sigue concienzudamente los lineamientos generales de la organización.

ALTO

Conoce a fondo el negocio, siendo capaz de comprenderlo y analizarlo con profundidad y certeza. Se mantiene informado acerca de los cambios contextuales del entorno y atento respecto de las modificaciones tanto de la competencia como de la propia organización y las de los clientes, a fin de hacer propuestas valiosas para contrarrestar amenazas potenciales provenientes de los diversos frentes. Comprende e interpreta con facilidad las relaciones de poder que se entretienen dentro de la empresa y que estructuran la organización formal e informal de la misma. Construye redes de personas clave dentro y fuera de la organización a fin de que puedan aportarle información valiosa para la empresa. Planifica sus acciones con detenimiento y define objetivos que permitan mantener el posicionamiento de la empresa en el mercado.



Genera planes de acción y seguimiento que apuntan a lograrlo. Privilegia la imagen de la organización, en pos de los intereses corporativos. Vive los éxitos de la organización como si fueran logros personales.

SUPERIOR

Conoce con profundidad los atributos de la organización y capta con facilidad las modificaciones que en ella se producen. Comprende e interpreta cabalmente las relaciones de poder en y entre los diferentes actores (internos y externos) que participan en el negocio. Identifica con facilidad a las personas u organizaciones que toman las decisiones más relevantes para el negocio. Crea y mantiene una frondosa red de contactos con aquellas personas que son (o pueden ser) útiles para alcanzar metas y objetivos organizacionales, debido a su poder de influencia.

Analiza sistemáticamente y con detalle el entorno, el mercado, la competencia y la propia organización a fin de prever la forma en que los acontecimientos afectarán a las personas y grupos que la integran. Idea e implementa exitosamente estrategias y herramientas organizacionales a fin de que el impacto de las diversas situaciones no afecte negativamente (o lo haga en la menor medida posible) a la organización ni a las personas que la integran. Apoya e instrumenta las decisiones organizacionales, comprometiéndose con el logro de los objetivos del negocio y la búsqueda constante del mejoramiento de la calidad y la eficiencia. Siempre prioriza la imagen y los objetivos institucionales por sobre sus propias ideas, intereses o criterios.

Campeones



Manchester City



FELICIDADES!!

DIPLOMADO EN DESARROLLO DE SERVICIO POR COMPETENCIAS

Marzo inició lleno de aprendizaje.

La primera fase fue muy enriquecedora. No te pierdas las siguientes 3 fases. Recuerda que como mínimo debes asistir a 3 sesiones para tener derecho a tu Diploma al finalizar.

¡No te lo pierdas!



Sede Agencia Zona 6



Sede Agencia Xela



Sede Valle Dorado



Sede Puerto Barrios



Transportes Vilma



Sede Predio Llama



Sede Cayuga

COLABORADORES

QUE

TRASCIENDEN:

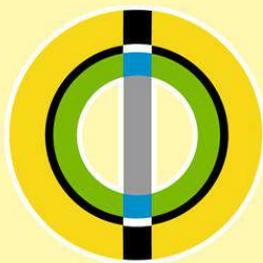


Noe García Quevedo

Gracias por dedicar tantos años a este sueño que junto con todos los colaboradores, se ha construido y mantenido.
¡Si lo encuentras felicitalo!



Día	Nombre	Puesto
1	Tomás Morales Cuterez	Asistente Camion
2	Wilson Eduardo Archila Espinoza	Asistentes De Bus
2	Carlos Enrique Rodriguez Tunchez	Piloto De Bus
2	Henry Anibal Cucul Cac	Asistentes De Bus
2	Felipe Serapio Melchor Raymundo	Asistentes De Bus
3	Dorlin Aidee Del Cid Lima	Hotel Valle Dorado
4	Luis Ernesto Morales Carrillo	Piloto De Bus
5	Adrian Hernandez Ruano	Piloto
6	Ana Cristina Arreaza Lopez	Hotel Valle Dorado
7	Tomas Baudilio Morataya Lopez	Mensajero
9	Jhoselin Mariela Zetino Sandoval	Auxiliar de Servicio al Cliente
9	Bayron Anibal Canté Catalán	Litegua Express
10	Hector Ivan Dubon Najera	Coordinador Transporte Cempro
10	Marvin Ricardo Lorenzo Revolorio	Administrativa Vilma
10	Arnulfo Maldonado Perez	Litegua Express
10	Elder Anibal Lopez Martinez	Asistente de Bus
11	Abner Daniel Donis Aguirre	Litegua Express
11	Gloria Ramos Gutiérrez	Agencia Jocotan
12	Luis René Aragón Sacbajá	Calculista
12	Miguel Angel Ruano Medina	Piloto De Bus
13	Dany Ernesto Machorro Escobar	Asistente de bus
13	Rony Ramírez Pérez	Asistente de bus
14	José Luis Lara Flores	Piloto De Bus
15	Carlos Alfredo Mendez Villeda	Taller
15	Maria Consuelo Portillo Canan	Hotel Valle Dorado
15	Lisbeth Judith Cabrera Gonzales	Ventas Zona 9



GRUPOGM



Día	Nombre	Puesto
15	Juan Bartolomé Bac	Asistente de bus
15	Elmer Gerardo Alvarado Oliva	Hotel Valle Dorado
16	Heber Esaú Rodríguez Salvatierra	Auxiliar de Encomiendas
16	Jervin Fernando Ramos Noguera	Gasolinero
17	Juan Jose Lopez Lara	Piloto De Bus
17	Julio Cesar Garcia Guevara	Piloto De Bus
17	Carlos Francisco Hill Mendez	Encargado de Programación
17	Oswaldo Rene Orellana Monzon	Piloto De Bus
17	Jose Amilcar Lemus Arita	Taller Litegua Santo Tomas
18	Oscar Omar Monroy Ramos	Pilotos
18	Victor Juan Carlos Echeverria Barillas	Asistentes De Bus
18	Wendy Karina Hernandez Gallego	Auxiliar de Servicio al Cliente
19	Jose Alfredo Camey Gil Proyecto	Cayuga
19	Sandy Patricia Oliva Giron	Auxiliar de Servicio al Cliente
19	Carmelina Bautista Palencia De Cosajay	Hotel Valle Dorado
19	Gerson Daniel Garcia Albeño	Hotel Valle Dorado
20	Ever Danilo Abelardes Lopez	Taller
21	Lorena Del Rosario Rivera Giron	Auxiliar de Encomiendas
22	Edgar Ismael Sacul Aquino	Asistentes De Bus
24	Eduardo Saúl Zacarias Ramos	Asistente de bus
25	Humberto Mateo	Programador
25	Erick Francisco García Casasola	Gerente General Litegua
25	William Estuardo Orellana Garcia	Asistentes De Bus
25	Encarnacion Martinez Geronimo	Coordinador de Ruta
27	Jhonatan Augusto Pineda Orellana	Gerente De Ventas
28	Carlos Guillermo Godoy López	Superintendente
28	Juan Jose Calderón	Piloto De Bus
29	Edras David Lemus Aldana	Piloto De Bus
30	Alex Dario Sosa Quintanilla	Piloto de Panel
30	Juan Díaz Mateo	Soldador
30	Roberto Tipaz Mendoza	Auxiliar de Encomiendas
30	José Arnoldo Ramírez Ramírez	Agencia El Florido
30	David Rene Lopez Morales	Taller

7 TIPS



PARA DISFRUTAR MEJOR LA VIDA LABORAL

A continuación dejaremos ciertas recomendaciones que seguro le harán disfrutar un poco más el trabajo.

1. Automotivación: Todo empieza desde antes de llegar al trabajo, desde el domingo anterior en donde suele acostumbrarse a decir: ¿Pero por qué mañana es lunes? Este es el paso inicial para cambiar su forma de ver las cosas. Así que levantarse con buena actitud y dedicarse un poco más de tiempo a pensar y planear lo bien que resultara el día será el ejercicio primordial que le permitirá disfrutar mejor de su vida laboral. “Recuerde la Programación Neurolingüística”le permitirá tener mejoras en su vida personal y laboral.

2. Aprenda de sus compañeros de trabajo: Que mejor lugar que el trabajo para aprender y crecer tanto

laboralmente como en la parte personal, ya que sin duda es el lugar en donde más tiempo se encuentra. Interactúe con personas que le puedan aportar cosas positivas y de crecimiento para su vida laboral, personas que tengas más experiencia que usted, seguro le permitirá estar motivado y abierto al aprendizaje.

3. Evite quejarse: Entre más se queje más atraerá lo que no desea para su vida. Evite contaminar a las demás personas con sus comentarios negativos, seguro ellos se alegrarán de su compañía y evitarán trabajar con usted. Ellos no tienen la culpa de su inconformidad laboral.

4. Sea productivo: No hay mejor satisfacción que la de realizar cosas productivas en el trabajo, esto hace que su motivación y desempeño laboral aumente, así como su interés por querer hacer mejores cosas cada

día.

Realice evaluaciones de su gestión diaria, esto permitirá hacer mejoras en su forma de trabajar, trazándose metas y objetivos podrían ser diarios o semanales. Esto permitirá que se sienta útil solucionando y avanzando en temas pendientes o proyectos nuevos.

5. Ayude a los demás: No hay nada más satisfactorio que poder ayudar a las demás personas cuando lo necesitan y que mejor si se trata de una persona que esta nueva en su trabajo, o que se ha atrasado con algo que es urgente.

Es importante que usted sepa de las otras áreas de trabajo, recuerde que saber de todo un poco no le caerá mal.

Así que siempre esté dispuesto a colaborar a los demás de la mejor manera. Recuerde que hacer las cosas con una buena actitud será valorada en su lugar de trabajo.

6. Utilice la creatividad: Si no quiere caer en la rutina o su trabajo es monótono, las mejoras depende de usted, así que inyecte toda su creatividad a lo que al parecer podría ser aburrido con el pasar de los días.

Proponga nuevas metodologías de trabajo, retos para la mente y donde podría involucrar más personas para que no caigan en la llamada zona de confort.

7. Actividad después del trabajo: La mayoría de nuestro tiempo se dedica al trabajo .Por lo tanto se debe distraer la mente y el cuerpo buscando actividades fuera de su lugar de trabajo que le permitirá distraer la mente y tener ideas más claras para iniciar nuevos proyectos , nuevas formas de trabajo e incluso mejoras en su salud. Existen varias actividades como el baile, el dibujo, el yoga, la piscina entre otros.





PREMIACION ORDEN Y LIMPIEZA ¡Felicitaciones!

Bodega Central



Recepción de Mercadería



Electromecánica



Recepción de Mercadería



Primer Lugar



Segundo Lugar



Tercer Lugar