

CAMINO
A LA EXCELENCIA

comunidad
by inspyra 

Siigo  +que un
software
contable



Camino a la excelencia es una herramienta que Siigo utiliza para evaluar su cultura. Para ellos fue indispensable crearla de manera interna de tal forma que cobijara sus 4 pilares fundamentales para conseguir la Excelencia: Propósito, Valores, Habilidades y Resultados. Esto les permitía apoyar al equipo de líderes para que pudieran medir a sus integrantes en la cultura de la organización y saber así cómo podían ayudarlos a crecer dentro de la empresa.

PROPÓSITO

Hace referencia al componente que genera conexión entre los roles de la empresa y el impacto que generan en la sociedad con sus resultados. Es el para qué hacen lo que hacen, esto lograba aumentar la pasión de los integrantes quienes le encontraban mayor sentido a sus funciones. Se traduce en una felicidad sostenible en el tiempo.

HABILIDADES

Conocimiento que se requiere para hacer que se cumpla con los mejores resultados.



VALORES

Hace referencia al componente humano de esos comportamientos que les permite crecer como profesionales, pero sobre todo como personas en todos sus roles en la sociedad: hijos, padres, vecinos etc. En esta parte para Siigo primero están sus integrantes, posteriormente la familia de sus integrantes, siguen los clientes y cierran los otros integrantes de la cadena de valor.

RESULTADOS

Consecuencia de tener todo lo anterior alineado.

Juan



Todo está interconectado: el propósito es la base de todo, para Siigo el propósito se traduce en pasión, y este es el motor para avanzar:

- *Si tenemos pasión logramos interiorizar mejor los valores y promoverlos*
- *Si no hay valores no vamos a poder hacer un trabajo en equipo*
- *Si tenemos pasión hay un mayor interés por crecer y generar habilidades para aprender*
- *Si no hay habilidades será difícil cumplir las metas propuestas*
- *Si tenemos pasión generamos los resultados, los retos se empoderan para alcanzarlos*

Posibles combinaciones de los componentes de Excelencia que permite tomar decisiones serían los siguientes*:

<i>Propósito</i>	<i>Valores</i>	<i>Habilidades</i>	<i>Resultados</i>	<i>Observaciones</i>
OK	OK	OK	OK	<i>Estado Ideal para la Excelencia</i>
X	X	OK	OK	<i>La persona no encaja con la cultura y es preferible para ambas partes que no haga parte de la empresa</i>
OK	OK	X	X	<i>Se revisa si son habilidades que se puedan desarrollar para hacerlo, de lo contrario se revisa un cambio de rol dentro de la empresa</i>
OK	OK	OK	X	<i>Se revisa la estrategia de tal forma de reconocer qué está fallando y ajustarlo para que se generen los resultados esperados</i>
OK	X	OK	OK	<i>Se revisa qué valor no está viviendo en comportamientos para generar un plan de mejora</i>

*Pueden existir otras combinaciones que cada empresa analizará según su modelo de toma de decisiones.



PASO A PASO:

¿Cómo lograr que los integrantes apropien el propósito de la organización?

Se citan varios espacios en los que según disponibilidad se avanza sobre el siguiente paso a paso:



1.

Sensibilización (inicialmente a los líderes) en qué es propósito para la empresa y por qué es importante. Se les dan ejemplos de empresas referentes en propósito: Coca Cola.

2.

Los líderes se nombran como embajadores de la cultura, por lo que se les inspira a que de manera diaria en su operación, con su lenguaje y acciones, guíen a sus equipos de trabajo a vivirla.

3.

Se le pide al equipo de Líderes que saquen el propósito de la empresa, el que crean que es.

4.

Se hace consenso de los propósitos que salieron del paso anterior, para definir el propósito final que cobijaría a toda la empresa. Así mismo se definen los comportamientos observables al propósito definido que los integrantes deben tener.

5.

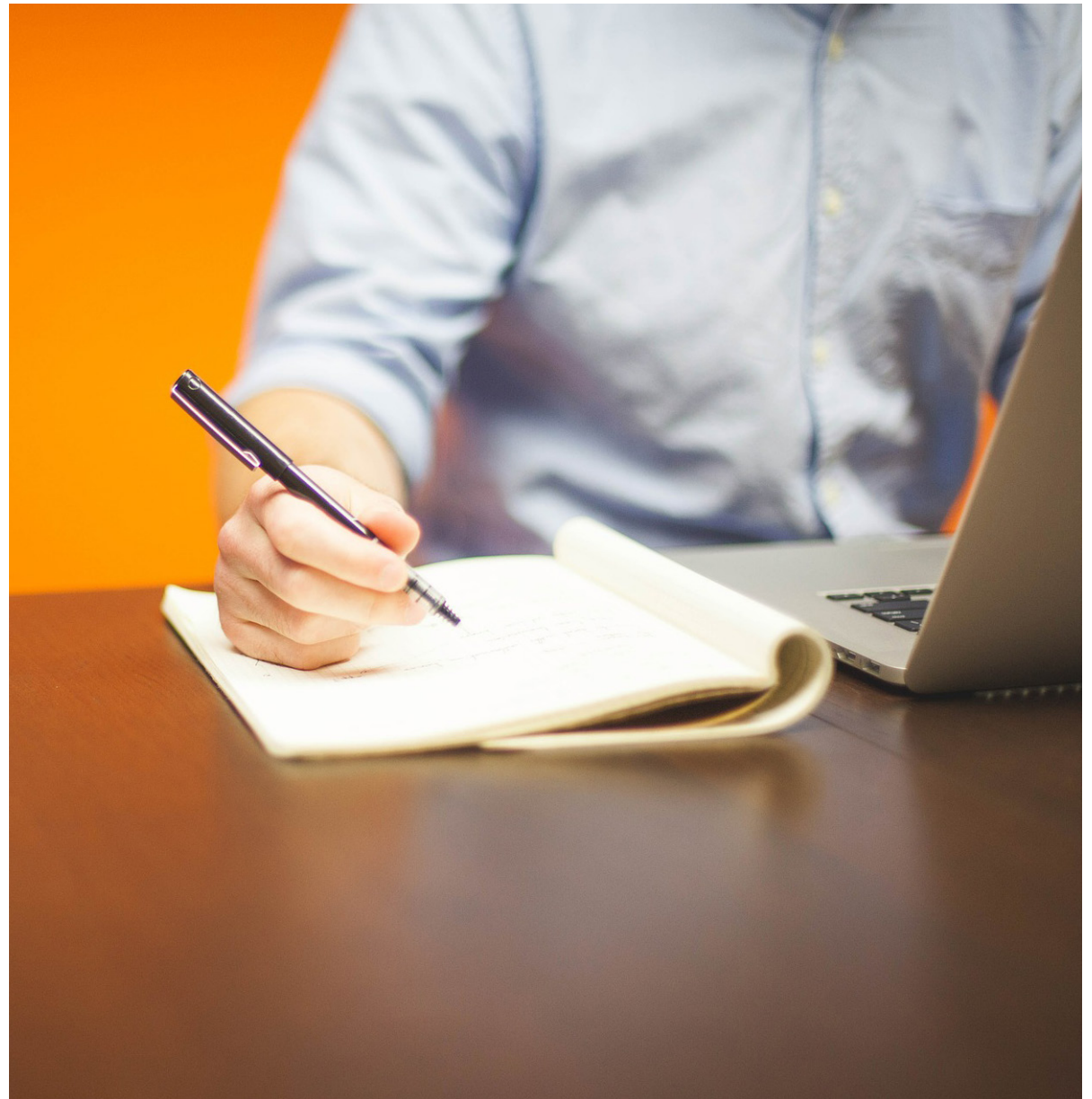
Los líderes hacen el mismo ejercicio con sus equipos de trabajo para poder guiarlos hacia el propósito definido previamente. Aquí se trabaja comunicación voz a voz directa del líder al equipo.

6.

Se comunica de manera general a todos los integrantes el propósito de la empresa.

7.

Se le pide al equipo de Líderes que definan el propósito de sus áreas y de cada cargo conectado al principal de la empresa.



8.

Los líderes hacen el mismo ejercicio de definición de propósito de área y de roles con sus equipos de trabajo. Aquí se trabaja comunicación voz a voz directa del líder al equipo.

9.

Se define exactamente los propósitos de áreas y roles, conectados al propósito organizacional, así como los comportamientos con los que se puede observar la vivencia de los mismos.

10.

Se comunica de manera general los propósitos de las áreas y de los roles de la empresa para evidenciar la conexión con el propósito organizacional.



11.

Hacer gestión de comunicación transversal en el tiempo con las siguientes acciones que permiten mantener viva la esencia de propósito:

- Contar historias de transformación de vida de contadores (del cliente para el caso de cada empresa)
- Votaciones mensuales del héroe del propósito en el que concursan los integrantes y se eligen entre ellos mismos. Esto genera un reconocimiento frente el tema
- Cómo cada área vive el propósito mensualmente.
- Estrategias encajadas a cada área y rol para que las personas conecten las solicitudes que les hagan desde el propósito de la empresa, de su área y de su cargo, entendiendo así el para qué se les pide lo que se les pide.

12.

Los líderes deben medir con la frecuencia que se considere apropiada, la vivencia del propósito conectada a sus resultados, para tomar decisiones que le permitan a la empresa contar siempre con las personas indicadas.



ACTIVIDAD DE HOY

PARA INICIAR EL CAMINO A LA EXCELENCIA

¿Cómo detectamos que una persona está alineada con el propósito?

Es importante la identificación de aquellas preguntas o acciones que nuestros integrantes hacen en su rol diario y que nos lleven a pensar que están conectados con nuestro propósito, a esto le llamaremos ALERTAS. Por ejemplo: Se le pide a un desarrollador que cree una nueva herramienta. Si el desarrollador pregunta por qué? O para qué? Es una muestra clara de que esta persona está interesado no sólo en hacer su trabajo sino en el impacto que este va a tener en el cliente.

- 1. Comparte en tu mesa el propósito de tu empresa*
- 2. Construyan con los compañeros de mesa el integrante que ama lo que hace en su empresa: características de integrante ideal*
- 3. ¿Por qué creen que esa persona está apasionada?*
- 4. ¿Creen que esta persona entiende el impacto y sentido que tiene su trabajo?*
- 5. Definan las posibles Alertas de acción o preguntas que esta persona les daría a su líder para que pueda saber que él/ella está comprometido con su propósito.*