

Tony Nardi

LA VALORIZZAZIONE DELLE PERSONE ATTRAVERSO IL LAVORO

PASTORALE SOCIALE – VITTORIO VENETO
26 GENNAIO 2019

COACHING • FORMAZIONE • SELEZIONE

Gruppo VOLA S.r.l. Via C. Colombo, 94 - 36061 Bassano del Grappa (VI)
C.F. e P. IVA IT02867670248 - Società autorizzata da Ministero e Regione Veneto

- Il lavoro rappresenta uno strumento fondamentale per la valorizzazione di ogni persona.
- Ogni individuo non viene al mondo per soffrire ma per stare bene. Quindi ha bisogno di opportunità di lavoro che generino benessere, non malessere.
- Questa è anche l'essenza del messaggio cristiano.
- Vi racconterò i passaggi-chiave (processi) da cui dipende la creazione di rapporti di lavoro benestanti. E come questo generi **grandi vantaggi** per gli imprenditori oltre che per i collaboratori
- Nella speranza di stimolare questo gruppo ad elaborare delle ipotesi di lavoro "attraenti" per la propria impresa e per altre imprese.

IL RAPPORTO TRA IMPRENDITORE E COLLABORATORI

- Ogni imprenditore è attorniato da collaboratori che ha scelto o “riconfermato” una volta che ha preso il comando.
- Spesso i criteri della scelta o della riconferma non sono trasparenti neppure a lui.
- La scelta o la riconferma di scelte precedenti viene fatta, normalmente, “**a pelle**”, ad intuito (modalità empirica), verificando «**soggettivamente**» quanto la persona risulti funzionale al ruolo assegnato o da assegnare.
- O assecondando le motivazioni dichiarate dall’interessato.
- Ignorando che esistono altri modi basati sulla valorizzazione delle **motivazioni profonde**, spesso inconsapevoli, della persona oggetto di scelta (**colloqui motivazionali**), magari motivazioni particolarmente coerenti con le esigenze dell’azienda (ma anche no).
- Questo approccio è in grado di generare vantaggi aggiuntivi per tutti gli attori in quanto permette di far diventare la scelta un investimento per l’azienda e per il candidato stesso oltre che per la società.

CAMBIAMENTI IN CORSO

- Sino ad oggi la società che ha preceduto la nostra è stata quella della **scarsità e del malessere**. Siamo talmente abituati al malessere che, ci sembra che non si possa godere di nulla senza prima soffrire. Il costo del piacere è parte integrante dell'idea stessa del piacere.
- Ma il nostro mondo è cambiato. Oggi l'azienda viene intesa come organismo vivente fatto di emozioni, relazioni, scambi e interazioni, e soprattutto **fatta di uomini**.
- Se non stanno bene i collaboratori non possono star bene i clienti: il benessere, come il malessere, si trasmette per contagio.
- L'impresa è un luogo creativo dove l'intelligenza e la sensibilità di tutti concorre ad **inventare** prodotti e servizi nuovi.
- È da qui che nasce l'esigenza di valorizzare ogni persona, per raggiungere quegli obiettivi di efficienza e di efficacia che passano attraverso la **valorizzazione della soggettività (vocazione, passione)**.
- Il fattore motivazionale sta assumendo una valenza-chiave nell'innovazione delle aziende. Il cambiamento in atto innalza la motivazione soggettiva a **variabile strategica**, nello svolgimento di qualsiasi ruolo aziendale.

COACHING • FORMAZIONE • SELEZIONE

Gruppo VOLA S.r.l. Via C. Colombo, 94 - 36061 Bassano del Grappa (VI)
C.F. e P. IVA IT02867670248 - Società autorizzata da Ministero e Regione Veneto

DIVERSITA', CONFLITTO E CREATIVITA'

- Valorizzare la soggettività significa valorizzare le diversità, le unicità che determinano le differenze tra le persone.
- Perché è a partire dalle differenze che si ottiene valore aggiunto
- È a partire dalla valorizzazione dei talenti, della soggettività dei singoli che si genera il benessere individuale e collettivo
- Questo implica la composizione del conflitto che si ingenera fra le differenze in cerca di realizzazione.
- Non c'è altro modo per creare sviluppo, ricchezza e nuove competenze
- Che cresce l'intelligenza emotiva

COACHING • FORMAZIONE • SELEZIONE

Gruppo VOLA S.r.l. Via C. Colombo, 94 - 36061 Bassano del Grappa (VI)
C.F. e P. IVA IT02867670248 - Società autorizzata da Ministero e Regione Veneto

BISOGNI UNIVERSALI E BISOGNI PERSONALI (SOGGETTIVI)

- Ogni individuo che viene al mondo è portatore di una propria specificità (diversità, unicità)
- Il benessere di ogni individuo è legato alla valorizzazione della sua specificità-unicità (soggettività)
- Ma non è facile scoprirla da soli; spesso si prendono degli abbagli
- È possibile che l'imprenditore, usando strumenti appropriati, possa aiutare il soggetto a farlo e a prenderne coscienza.
- Ogni imprenditore ha tutta la convenienza a diventare un facilitatore di questo processo, generando così benessere per la sua azienda, benessere per il collaboratore e benessere per la società

COACHING • FORMAZIONE • SELEZIONE

Gruppo VOLA S.r.l. Via C. Colombo, 94 - 36061 Bassano del Grappa (VI)
C.F. e P. IVA IT02867670248 - Società autorizzata da Ministero e Regione Veneto

Ogni individuo che viene al mondo
È portatore di una propria specificità (diversità,
unicità)

Il benessere di ogni individuo è legato alla
valorizzazione della sua specificità

Nelle relazioni e nelle aziende

**OGNI INDIVIDUO TENDE «ISTINTIVAMENTE» AD
INFLUENZARE GLI ALTRI PER VALORIZZARE LA PROPRIA
UNICITA'.**

NON SI PUO' VIVERE SENZA INFLUENZARE

Perché influenziamo gli altri?

- Perché desideriamo valorizzare la nostra unicità
- Perché molti bisogni non li possiamo soddisfare da soli
- Perché il nostro benessere deriva dal riconoscimento degli altri
- Perché solo rendendo la nostra unicità un servizio agli altri, possiamo essere riconosciuti da loro come importanti per loro e quindi avere valore e stare bene

IL MIO PUNTO DI VISTA E'

LA FONTE DEL MIO PIACERE

MA ANCHE

L'ORIGINE DEL CONFLITTO CON L'ALTRO

IL PROBLEMA DI OGNUNO CONSISTE

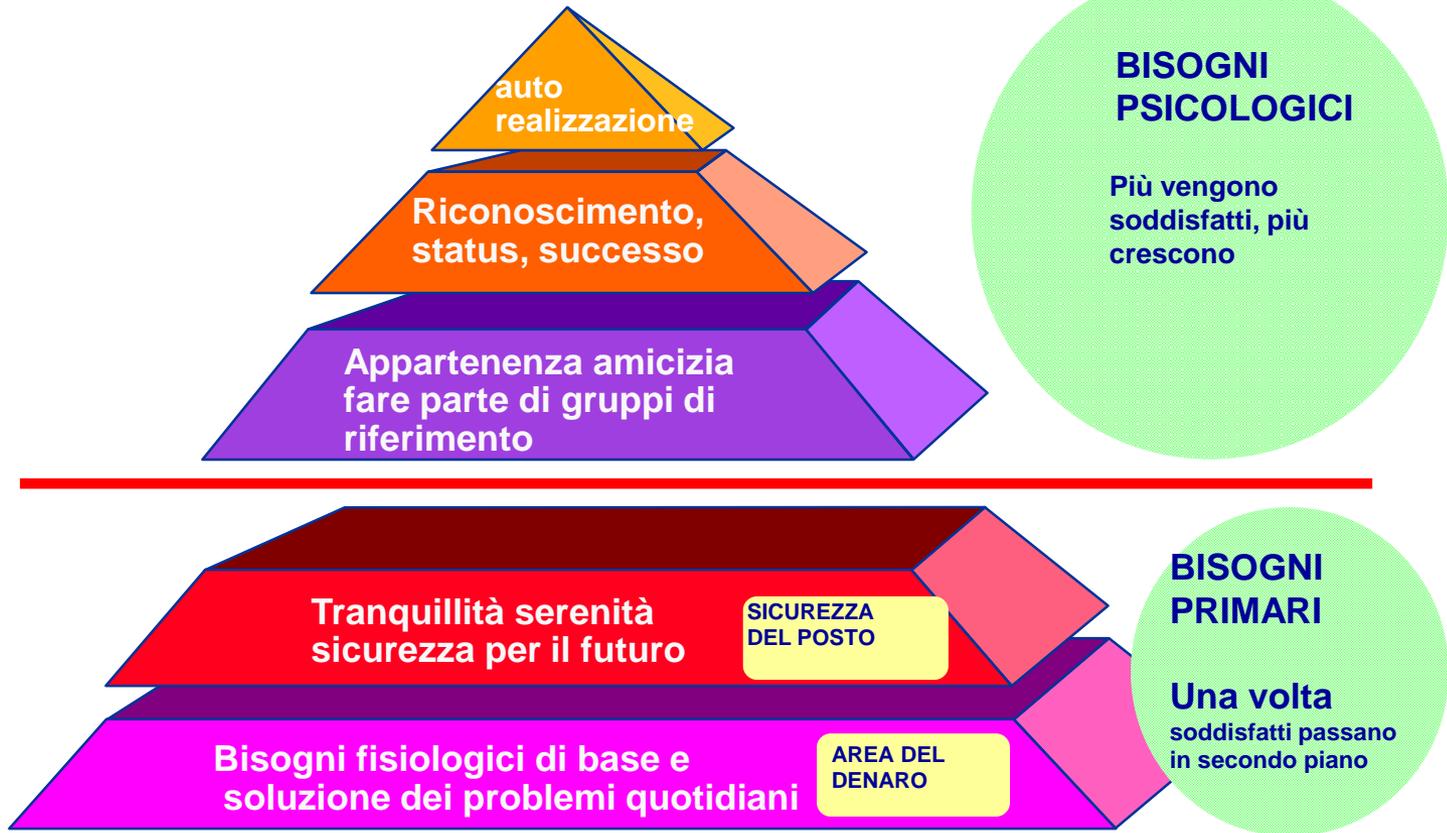
- **NELLA COMPRESIONE/SCOPERTA DELLA PROPRIA DIVERSITA'-UNICITA'**
- **NELLA SUA VALORIZZAZIONE**
- **GENERANDO VALORE, CONTEMPORANEAMENTE, PER SE' E PER GLI ALTRI**

BENESSERE MIO E BENESSERE DELL'ALTRO

- IL BENESSERE DELL'ALTRO DIPENDE DALLA MIA COMPRESIONE DELLE SUE ASPETTATIVE
- LA COMPRESIONE DELLE ASPETTATIVE DELL'ALTRO DIPENDE DALLA **QUALITÀ DELLA RELAZIONE** CHE INSTAURO CON LUI
- LA QUALITÀ DELLA MIA RELAZIONE DIPENDE DA QUANTO IO **CONOSCO IL MIO MODO DI FARE** E GLI EFFETTI CHE QUESTO PROVOVOCA SULL'ALTRO
- LA QUALITÀ DELLA RELAZIONE È LEGATA ALLA MIA CAPACITÀ DI **MODULARE IL MIO COMPORTAMENTO** IN MODO DA FACILITARE L'ALTRO AD ESPRIMERSI
- MODULARE IL MIO COMPORTAMENTO DIVENTA FONTE DI BENESSERE PER ME INVECE CHE UN COSTO QUANDO IO CAPISCO CHE **IL MIO BENESSERE DERIVA DAL SUO RICONOSCIMENTO**
- QUANDO ENTRO IN UNA **LOGICA DI SERVIZIO**

SIAMO IN UNA SOCIETA' DOVE I
BISOGNI IMMATERIALI
SONO PIU' IMPORTANTI DI QUELLI MATERIALI

EVOLUZIONE DEI BISOGNI UMANI (MASLOW)



Da bisogno a desiderio

- Un **bisogno** diventa **desiderio** quando:
 - C'è la certezza che verrà soddisfatto
 - Esiste una molteplicità di forme disponibili per soddisfarlo in maniera “soggettiva”

DESIDERI

- Il desiderio non è altro che il bisogno, depurato dalla “necessità” e quindi dalla paura della frustrazione (che genera malessere) e nobilitato dalla fantasia, dalla cultura, dalla creatività, dall’energia positiva, che genera benessere.
- Dalla centralità dei bisogni si sta passando alla centralità dei desideri in quanto la società affluente permette alle persone di emanciparsi dalla costrizione dei bisogni materiali.

Bisogni, desideri e energia

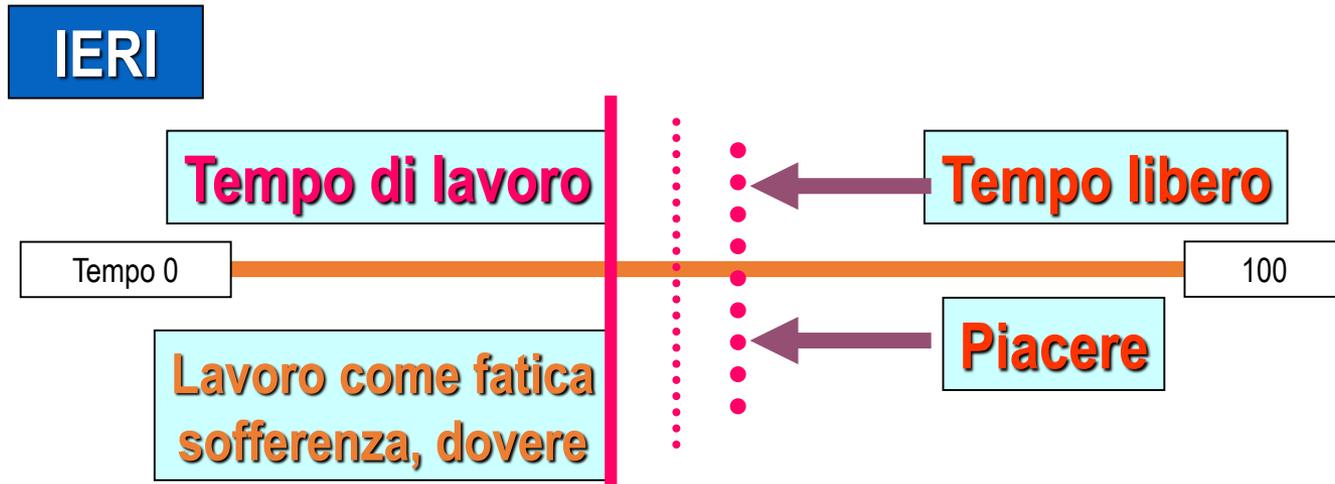
- Quando i bisogni diventano desideri il tasso di soggettività aumenta senza fine

- La produzione di energia psichica (soggettiva) aumenta con l'aumento dell'energia richiesta per soddisfare i desideri (da qui l'origine della ricchezza anche economica)

- I bisogni trasformandosi in desideri si moltiplicano

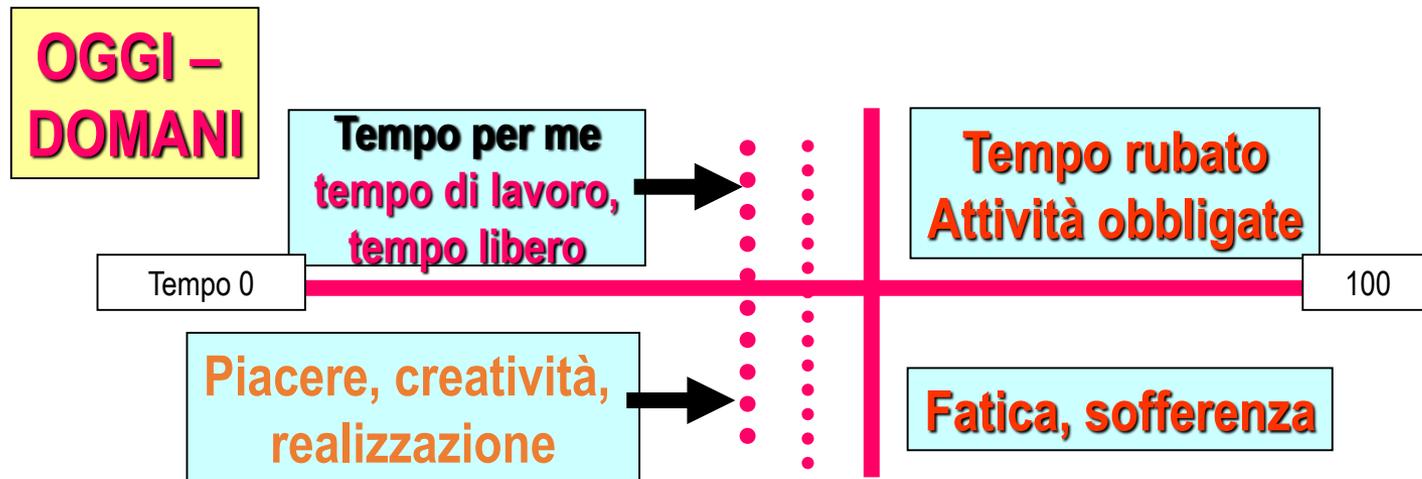
Il benessere diventa sempre di più un dato soggettivo, legato alla realizzazione dei propri desideri. Star bene significa vivere in uno spazio e in un tempo in cui il soggetto esercita una propria sovranità. Dove per sovranità si intende non il potere o il comando ma la possibilità di esserci con la propria diversità vissuta dagli altri come valore, dentro ad una dinamica di reciprocità.

MOTIVAZIONI AL LAVORO IERI E BENESSERE



Fino a quando il lavoro sarà vissuto come fonte di malessere (fare il lavoro che capita per vivere) la dinamica non potrà che essere questa. Laddove il malessere risulta necessario e inevitabile, ogni azione intelligente non potrà che puntare a ridurlo per investire la propria energia in campi più appaganti.

MOTIVAZIONI AL LAVORO OGGI E DOMANI – IL LAVORO COME BENESSERE



Nell'ottica del lavoro inteso come strumento espressivo delle proprie capacità (quindi fonte di benessere) il **tempo di lavoro stesso diventa fonte di benessere**. Il confine non è più fra tempo di lavoro e tempo libero, ma fra il tempo che posso spendere per fare cose piacevoli per me e con gli altri e tempo che invece devo spendere, forzatamente, per svolgere attività obbligatorie. Da qui la spinta ad eliminare gli sprechi dovuti ad una cattiva organizzazione.

**LAVORO COME
SOFFERENZA**

SOPRAVVIVENZA

DIPENDENZA

**SODDISFARE I BISOGNI
ALTRUI**

**“INDOVINARE” I
BISOGNI ALTRUI**
GUARDARE PRIMA fuori

**STUDIARE PER FARE
“QUEL LAVORO”**
ADDESTRAMENTO

IMPOSIZIONE

BISOGNO

ATTEGGIAMENTO

COMPORTAMENTO

ATTENZIONE A

APPRENDIMENTO

LAVORO COME

**LAVORO COME FONTE
DI PIACERE**

AFFERMAZIONE DI SE'

INTERDIPENDENZA

**SODDISFARE I BISOGNI
PROPRI**

**CONOSCERE LE PROPRIE
PROPENSIONI**
GUARDARE PRIMA dentro

**SVILUPPARE LE PROPRIE
POTENZIALITA'**
*SAPER IMPARARE
(IMPARARE AD IMPARARE)*

**ESPRESSIONE
PERSONALE**

Motivazioni - 1.

- Una motivazione (vocazione, passione) rappresenta qualcosa che ha valore prima all'interno del soggetto e solo dopo, può prendere valore anche all'esterno.
- Le motivazioni possono essere consapevoli e inconsapevoli.
- Quelle inconsapevoli (prevalenti) generano energia psichica che il soggetto spesso orienta verso obiettivi incongrui, quindi senza provare soddisfazione piena.
- L'origine inconscia delle motivazioni spesso ci induce a riconoscere solo alcune motivazioni importanti che ci riguardano, e precisamente quelle messe in evidenza da fattori esterni che hanno agito come fattori "scatenanti".
- Una volta messe a fuoco queste motivazioni, tendiamo a considerarle il piedistallo della nostra identità. Finiscono così col diventare totalizzanti. La nostra immagine esterna tende a coincidere con loro. Non conoscendo quelle latenti continuiamo a camminare su una strada non appagante.
- Se l'imprenditore decidesse di utilizzare un programma adatto ad accompagnare i collaboratori a riconoscere le proprie motivazioni vere, profonde, genererebbe grandi vantaggi alle persone e grandi vantaggi alla sua azienda.

Motivazioni - 2

- La valorizzazione delle motivazioni profonde genera benessere nelle persone.
- Il piacere deriva dal consumare l'energia psichica generata per raggiungere obiettivi per noi importanti.
- Il piacere, lo stato di euforia tipico delle situazioni ad alta motivazione, non deriva dal raggiungimento dell'obiettivo ma dal consumare l'energia psichica generata, per raggiungerlo.
- La generazione del valore, attraverso il lavoro, deriva dal fatto che persone soggettivamente motivate, lavorando per il proprio benessere, concorrono al raggiungimento del benessere dell'impresa e a generare valore, anche economico, per la società. In un processo inesauribile

Conclusioni

- Il benessere di chi lavora potrà crescere solo attraverso la valorizzazione delle propensioni della persona stessa.
- **La cosa difficile consiste nell'imparare ad identificare la propria vocazione, le proprie «passioni».**
- Ogni persona ha delle propensioni che potrebbe non aver mai conosciuto perché si è limitata a constatare la presenza solo delle attitudini compatibili con la realtà lavorativa con cui è venuta in contatto, che funziona da suggeritore.
- Accade così che spesso le persone investano sulle capacità che conoscono, che potrebbero però non essere quelle vincenti (che non conoscono).
- Investire per sviluppare capacità necessarie allo svolgimento del ruolo ricoperto ma non appassionanti perché divergenti dalle proprie motivazioni (vocazione) comporta una grande fatica, l'uso di tanta volontà e un risultato scadente in termini di benessere personale e di valore aggiunto aziendale e sociale.
- Gli arrabbiati non sono altro che persone la cui vocazione è diversa da quella che il destino ha loro riservato ma che è sconosciuta a loro stessi o negata,
- Ogni imprenditore può usare questa chiave per valorizzare i propri collaboratori e attraverso di essa accrescere il successo della propria impresa.