

Las celebraciones corporativas pueden convertirse en un momento donde fomentar valores y crear vínculos internos

En la actualidad, los eventos o actos anuales de cualquier empresa, organización o entidad suponen resúmenes de lo que ha sido ese año y de las expectativas para el próximo pero es necesario ir más allá

Todas las organizaciones tienden a celebrar aquellos momentos representativos en su negocio, tal es el caso del décimo aniversario, el vigésimo quinto aniversario o la convenciones anuales de ventas.

Estos momentos son muy importantes para hacer balance de lo realizado y, más allá del espíritu optimista que rodea cualquier celebración conviene, también, ser objetivo.

Esto quiere decir que es bueno para la organización marcar dificultades, reconocer pasajes oscuros, honrar a aquellos que han hecho sacrificios o experimentado dificultades, y ayudar a la gente a seguir adelante.

Evidentemente una celebración o una reunión anual de ventas no se han de convertir en un funeral es el que todo el mundo se sienta con la espada de Damocles sobre su cabeza, es algo más sencillo.

Es poner en valor la fuerza del grupo para superar las adversidades pasadas y la capacidad que nos otorga para poder afrontar las vicisitudes que nos depare el futuro.

Las experiencias comunitarias deben servir para fortalecer los vínculos, valores y visión del grupo de trabajo.

El contenido de este comunicado fue publicado primero en la web de Pymes y Autonomos

Datos de contacto:

Nota de prensa publicada en:

Categorías: [Recursos humanos](#)