

OBSERVATORIO

de recursos humanos

y relaciones laborales

Directora: María Teresa Sáenz
 Correo-e: msaenz@editorialobservatorio.com
 Redactora - Jefe: Verónica del Río
 Correo-e: vdelrio@editorialobservatorio.com
 Correo-e redacción:
 recursoshumanos@editorialobservatorio.com

Ejecutiva de publicidad: Nhora Prada
 Correo-e publicidad:
 publicidadrrhh@editorialobservatorio.com
 Tel: 91 399 36 39

Redacción, Publicidad y Administración:
 OBS/ Observatorio de Empresas y Negocios
 C/ Berlín, 5-duplicado. 28028 Madrid
 Tel: 91 724 0 724
 Fax: 91 724 0 726

Diseño: Guiomar Sánchez Mill
 Maquetación e Impresión: Arts & Press S.L.

Colaboran en este número:
 María Benjumea, Joan Cohí, Ane Bustinduy, Servicio de Estudios CEOE, Enrique de Mora Pérez, Anna Sánchez Bellet, Fredesvinda Insa Mérida, Antonio Pedrajas Quiles, Gema Ordúñez del Pino, Sara Blanco Menéndez, Yolanda Gutiérrez, Almudena Hernández, Manuel Osorio, Colby Price y Efrén Martín.

Servicio de atención al cliente y suscripciones:
 César Muñoz
 Correo-e: suscripciones@editorialobservatorio.com
 Información sobre seminarios:
 Sergio Aguilera
 Correo-e: seminarios@editorialobservatorio.com
 Tel: 91 724 0 725
 Fax: 91 724 0 726

EDITA:

OBS

observatorio de empresas y negocios

C/ Berlín, 5-duplicado. 28028 Madrid
 www.editorialobservatorio.com
 Director General: Javier Martín
 Adjunta a la Dirección General: M^a Teresa Sáenz Blanco
 Director Económico-Financiero: Francisco Serrano
 Director de Comunicación: Ramón Ajo Sáez
 Directora de Desarrollo: Ana Pino

Depósito Legal: M-17150-2006
 ISSN: 1886-4244

Observatorio de Recursos Humanos y Relaciones Laborales no comparte, necesariamente, las opiniones de los colaboradores.



EL RETO DE CONVERTIR LA ESTRATEGIA EN EXPERIENCIA

"D e promesas incumplidas están las memorias llenas". La palabra dada puede cumplirse o no, pero el que la asume como un acto de fe no la olvida fácilmente. Las misiones, visiones y principios corporativos forman parte de ese tipo de declaraciones programáticas elocuentes –a veces demasiado- que, con más forma que fondo, no encuentran continuidad en el proceder del día a día. Entonces, ¿cómo lograr compromisos sin ser fiel a los principios?

La respuesta es invariable: este objetivo sólo es posible desde la integridad, la claridad y la coherencia. Y así lo corroboran las empresas que hasta ahora han compartido con ustedes desde nuestras páginas los resultados de sus esfuerzos por aportar a la organización un valor añadido desde la Función de Recursos Humanos. Todas ellas están sabiendo traducir los principios en estrategias y éstas en experiencia.

A este respecto en este número Enrique de Mora y Anna Sánchez le quitan la máscara a los asesinos de la estrategia –la falta de comunicación, la mala planificación, la ausencia de seguimiento-, y resuelven los cómo: *"Para que la estrategia se haga compatible con la experiencia hay que implicar escalonadamente a toda la organización, primero a las "personas clave" y luego al resto, de tal modo que todo el mundo sienta como suyos los objetivos, la estrategia y la táctica"*.

Las compañías que traemos a colación siguen esta línea. Lilly ha encontrado la alternativa convirtiéndose en un camino de desarrollo para sus empleados que, a modo de ruta vital y profesional, invite a seguir progresando en él. La recompensa la ha encontrado en la credibilidad que como organización tiene ante sus colaboradores, ganada a pulso trabajando la coherencia de los mensajes en todos los ámbitos que afectan a la relación empresa-empleado.

El desarrollo profesional también está en la base de las iniciativas desarrolladas por Grupo Lar, cuyos programas TEN, MBA Graduates y Growing Leaders demuestran la capacidad de innovación que puede tener el Departamento de RR.HH. y cómo puede acompañar, con grandes dosis de vitalidad, un proceso de expansión internacional.

Ambas compañías han cumplido con el objetivo: ellas no son "asesinas" de estrategias.)



María Teresa Sáenz Blanco
 msaenz@editorialobservatorio.com
 Directora