

OBSEVATORIO

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:
 Nathalie Detry Duyckaerts, Javier Cantera, IBM, ESADE,
 Fernando Sainz Trápaga, Enrique de Mora Pérez, Antonio
 Pedrajas Quiles, Estíbaliz Cordón Jiménez, Gema Ordúñez del
 Pino, José Manuel Alegría, Almudena Hernández, Manuel
 Osorio, Luis San Emeterio, Carmen Vallejo Garcelán, 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:

OBSEVATORIO

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.



UN EQUIPO ES UN ESTADO DE ÁNIMO

En su estadio básico de concepto, el término de "cambio" ya infunde cierto desasosiego porque nos evoca ideas que descolocan nuestro orden interior, y no digamos cuando el concepto se traslada a proyecto y éste se convierte en acción. Incluso cuando se ve en él una oportunidad y no un peligro, pensar en cambiar da, en la mayoría de los casos, una pereza inicial que sólo salvamos cuando nos arriesgamos a vivirlo.

"¿Cómo es posible implantar una cultura organizativa que acepte el cambio y la asunción de retos y que no premie el anquilosamiento ni la inercia?" Esta es "la pregunta del millón" que se plantearon los participantes en el primero de los Encuentros de Liderazgo Corporativo organizados por ESADE e IBM. En ella vemos un punto de partida crítico y es el hecho de que el cambio no puede ser abordado en cualquier situación organizacional; muy al contrario, necesita un abono –una cultura– que lo haga arraigar.

Reconocida esta condición "de sí o sí", los profesionales reunidos en este foro apuntaron las cuatro palancas claves sobre las que construir el cambio: las personas, el liderazgo, la comunicación y la innovación. Las personas, porque "todo suma y todos suman"; el liderazgo, porque para convencer primero hay que estar convencidos y demostrarlo; la comunicación, porque "es necesario otorgar la misma importancia al marketing interno que al de clientes" y, finalmente, la innovación, estando dispuestos a abrir la ventana y mirar al exterior, porque "los cambios siempre vienen del cliente".

En los procesos de transformación organizacionales, al final, de lo que se trata es de lograr filias y no fobias, adhesiones y no rechazos... equipos con visión compartida y no individualidades con objetivos singulares. Ahora bien, como se vio en estos Encuentros Corporativos, un equipo es un estado de ánimo y sobre ello es sobre lo que hay que trabajar. Con los ánimos por los suelos nadie se pone a nada y menos a cambiar; con los ánimos exaltados se pasarán de rosca y crearán más complicaciones que los anteriores... Dura tarea la de los CEO's y sus agentes de cambio en la búsqueda del optimismo comprometido.)



María Teresa Sáenz Blanco
msaenz@editorialobservatorio.com
 Directora