



Comunicación Alternativa Del concepto al resultado

10 medidas para cambiar

Cuando del cambio se trata no podemos decir que existe una metodología única para todas las empresas.

Si podemos adaptar un conjunto de prácticas, herramientas y técnicas a una gran variedad de situaciones.

Estos son los diez principios que guían la administración del cambio.

1. Ocuparse del costado humano

Cuando implementamos cambios debemos ser proactivos e integrar al diseño del proceso mecanismos que lidien con los "problemas personales" que el cambio provocará y anticipar la creación de una coalición que involucre al personal clave de la empresa.

2. Comenzar por lo más alto

Todo cambio perturba a la gente en todos los niveles, ellos buscarán en la dirección fortaleza, apoyo y rumbo.

Es por ello que es fundamental que la dirección sea quien inicie el cambio.

3. Involucrar a todos los niveles.

Debemos identificar líderes a todos los niveles y delegar en ellos la responsabilidad del diseño y la implementación. Es necesario darles capacitación y alinearlos con la nueva visión de la empresa de manera que estén motivados y listos para implementar el cambio.

4. Hacer una declaración formal.

Debemos brindar un marco formal al cambio y establecerlo por escrito.

Para dar fundamento hay que seguir tres pasos. Primero, cotejar con la realidad y elaborar un argumento convincente. Segundo, demostrar fe en el futuro de la empresa y sus líderes. Finalmente elaborar una hoja de ruta con la conducta a seguir, para guiar la toma de decisiones. Debemos adaptar estos mensajes a los diversos auditorios.

5. Alentar un sentido de propiedad.

Para alentar a los colaboradores los líderes deben convertirse en fanáticos impulsores del cambio y mostrar un desempeño grandioso. Es necesario que se sientan dueños de la iniciativa, y responsabilidades de ella en las áreas bajo su influencia.

Hay que involucrarlos en la identificación, diseño e implementación de las soluciones.

Reforzarlo con incentivos y recompensas tangibles (bonos económicos) o psicológicos (camaradería, pertenencia y logro).

www.comunicacionalterna.com.mx Tel. 5119-0420 5754-8164 móvil: 04455-1895-2262

e-mail: juliocesar@comunicacionalterna.com.mx



Comunicación Alterna Del concepto al resultado

6. **Comunicar el mensaje.** Hay que demostrar claramente el problema y la necesidad del nuevo rumbo, además de plantear una comunicación de dos vías junto con recomendaciones prácticas, oportunas e inspiradoras.
7. **Evaluar el panorama cultural** Es crucial entender y considerar la cultura y conductas existentes en todos los niveles de la empresa. Definir pautas de resistencia, identificar valores centrales, creencias, conductas y percepciones a tomarse en cuenta para diseñar el cuerpo de la transformación.
8. **Ocuparse de la cultura.** Ya definido el tema de la cultura, hay que ocuparse de ella.
Es importante comprender que todas las empresas tienen un núcleo cultural que es el eje del pensamiento, la actividad, influencia e identidad personal.
9. **Prepararse para lo inesperado.** Siempre enfrentaremos situaciones imprevistas, el cambio implica personas y estas reaccionan inesperadamente.
Debemos implementar evaluaciones constantes del impacto y la disposición y capacidad de la empresa para adaptarse.
10. **Hablarle al individuo.** El cambio se vive de manera personal, aunque sea corporativo, debemos darle al personal seguridad, y certeza sobre sus tareas, evaluaciones y los parámetros que definirán el éxito o fracaso en esta nueva etapa.