

La capacidad de adaptarse al cambio es clave para el éxito de cualquier organización. El cambio no es una opción, es una necesidad. La cultura de una organización será una ventaja competitiva diferencial en la medida en que permita ser cada vez más rápidos en la implantación de las estrategias de mercado que se definan en cada momento.

Sin embargo, el éxito del pasado reciente, refuerza inercias reflejadas en comportamientos y actitudes de sus líderes que no tienen vigencia en el contexto competitivo actual.

Reconozcámoslo, el cambio no es un plato de fácil digestión. El aspecto emocional es tanto o más importante que la ejecución de cualquiera de las fases del proyecto de implantación que hayamos podido prever de manera racional.

No es suficiente con que los líderes de la organización compartan una misma visión, es necesario el compromiso. Debemos vivir los valores de la nueva cultura de cambio en nuestros comportamientos y actitudes diarias. La mejor campaña de comunicación en la gestión del cambio es predicar con el ejemplo.

Como líderes de motor del cambio que aspiramos a ser debemos en primer lugar, clarificar cuáles son nuestras propias actitudes y barreras ante el cambio. ¿Qué nos va a aportar a cada uno de nosotros este cambio? Y ¿Cómo vamos a trabajar estas actitudes para poder superar nuestras propias barreras y convertirnos en motor del cambio?

La labor del coach es de suma eficacia en nuestra propia transformación, también lo es su acompañamiento durante las distintas fases de descubrimiento de nuestras propias actitudes ante el cambio y gestión del cambio interno.

Y en este camino de la propia transformación en el que, como decía Machado, “Caminante no hay camino, se hace camino al andar”, el coach nos ayuda a ser sinceros con nosotros mismos y a no rendirnos hasta llegar, trabajando así el aspecto emocional, que tantas veces queda banalizado en los procesos de gestión del cambio organizacional.

Bernard Meunier
Director General Nestle Iberia