

Iniciar el cambio, y disfrutarlo

Piense en una situación de su pasado reciente en la que provocó un cambio. No hablemos de cambios externos (su empresa mudó las oficinas del centro de la ciudad a la periferia) sino de aquellos en los que usted fue autor, director y protagonista, consecuencia de algo que debía cambiar (por ejemplo, cansado de un pésimo resultado, reemplazó al proveedor de comidas de su empresa por una cooperativa formada por sus propios empleados). Reflexionemos sobre dicho cambio...

¿Qué lo provocó?

¿Fue el hartazgo con el resultado obtenido luego de un año difícil?
¿Fue el fuerte deseo de alinear su tarea actual con aquello que lo motiva?
¿Fue la firme convicción de que las cosas pueden y deben hacerse de manera diferente?
O ¿fue el indiscutible resultado de una encuesta de satisfacción interna que usted inició?

¿Cómo se sintió durante el proceso?

A pesar de haber sido un cambio de su autoría, habrá habido muchos momentos positivos y otros de grandes dudas... Es importante reconocer la existencia de ambos, comprender como nos sentimos en cada caso y por qué.

¿Qué aprendió del proceso?

Los cambios duelen, aún los provocados por nosotros mismos. Son complejos, impactan economías y emociones, pero siempre se traducen en un ejercicio de gran crecimiento (si deseamos aprender de ellos). Y si en el cambio involucramos y afectamos a otras personas, las preocupaciones serán mayores y los aprendizajes, también. Haga de cada proceso un ejercicio de aprendizaje.

¿Cómo se siente ahora?

Aunque no se sienta tan bien como soñaba cuando diseñó el cambio, no se desanime y cuestione que ajustes aún faltan para llegar a destino.

Todos recordaremos cuando, en algún momento de la vida de nuestras organizaciones, hubo “sinergias de áreas”. Vimos cómo se unificaban sectores, como se cerraban otros, como nuestro trabajo cambiaba (o desaparecía) y algunos de nuestros grandes colegas o jefes terminaban trabajando en un país ni siquiera soñado por ellos. Vimos caras alegres y tristes y miles de informativos circulando por “Radio Pasillo”, algunos en sentido contrario. Fuimos testigos y protagonistas de luchas de poder, comunicamos mucho, poco (o nada) y recibimos menos comunicación aún. Ya nada era lo había sido, el mundo había cambiado y todos fuimos impactados por el cambio.

Cuidado, cuando hablamos de “cambios provocados por nosotros mismos”, no necesariamente tenemos que pensar en cambiar de carrera. El día a día, la rutina, lo cotidiano – tanto en lo profesional cuanto en lo personal – es terreno fértil para iniciar cambios, sin necesidad de que un hecho externo lo dispare. Basta con mirar cerca nuestro para encontrar al **statu-quo**, aquello que no cambia, que parece grabado en la piedra, que no se mueve (y molesta), las vacas sagradas de nuestro día a día, que están allí porque siempre estuvieron, sin que nadie pueda explicar la razón (y mucho menos, tocarlas).

¿No será la hora de - por lo menos - intentar cambiar el statu-quo?

Veamos algunas pautas:



management
and
performance
associates

1 | El cambio tiene dos piernas

Si queremos impactar positivamente a los demás, no debemos olvidar – al momento de iniciar el cambio - de transitarlo con dos piernas:

La Pierna Racional:

El cambio debe ser comunicado y mucho. Las personas necesitan saber el “Qué” y el “Cómo” pero, principalmente el “Por qué” del cambio. No asuma que fue comprendido y aceptado. Pregunte y aclare, y vuelva a preguntar.

La Pierna Emocional:

El cambio siempre impactará emocionalmente a las personas (y a nosotros mismos). La empatía es la herramienta que debemos usar. No asuma que la otra persona podrá y querrá. Manténgase cerca, hable, pregunte, escuche y acompañe, para asegurarse que podrá.

2 | El cambio tiene un costo

Material, emocional, vincular, anímico... siempre habrá un costo. Propio o ajeno. Cualquier cambio refleja el principio de la contabilidad, la Partida Doble. No hay crédito sin débito.

Comprenda como se están sintiendo las personas afectadas por el cambio que usted inició. Observe, cuestione, pregunte, que funciona y que no, que cambios no deseados provocó este cambio. Que costos (materiales y emocionales) está provocando este cambio en los demás. Manténgase cerca de las personas y escúchelas. La mayoría de las veces serán ellos los proveedores de la la solución buscada.

3 | El cambio tiene una razón de ser

No siempre evidente, ni fácil de explicar o materializar en el corto plazo, el cambio viene de la mano de una razón. Su desafío será:

- A | Identificar el por qué.
- B | Comunicar el por qué.
- C | Asegurarse que fue comprendido.

Las personas no pueden acompañar un proceso de cambio si no entienden la razón que lo provoca.

Recuerde que el statu-quo es muy hábil para volver a instalarse adonde estaba, rápidamente, por culpa de cambios realizados sin una razón comunicable.

4 | El cambio es renovador

Con el statu-quo modificado en clave positiva habrá una sensación de bienestar generalizada. Pero el statu-quo es un ente demasiado respetado y cuesta desafiarlo. No tema iniciar cambios necesarios por miedo a incomodar o a generar angustia en los demás. Permítase innovar y pensar diferente. Si no sabe “que” o duda “como”, hable con su equipo, con su entorno, con su jefe, con sus clientes. Y también hágalo si lo sabe. No asuma que al haber sido usted quien diseñó el statu quo vigente, no necesita modificaciones. Disfrute diseñando e implementando el cambio pues es siempre una ventana que trae nuevo oxígeno.

5 | No hay cambio sin riesgo

Ya lo habrá visto en varias situaciones. Están los que se resisten al cambio, blasfemando al que lo provocó y sobrevalorando lo que se perdió. Están los que acompañan el cambio, expectantes de sus resultados y, están los que lideran el cambio, iniciándolo y dándole impulso. Pensar que todos formarán parte del último grupo es utópico. Su desafío implica tomar el riesgo de desafiar el statu-quo y lograr que las personas acompañen el proceso, hasta lograrlo. Seth Godin, gurú del marketing, señala en su nuevo libro “El engaño de Ícaro” que, *“si su nuevo plan de negocios perturba a una industria o enoja a mucha gente, entonces hay muchas probabilidades de que tenga algo bueno entre manos. Sería mejor preocuparse cuando nadie hable”*.



management
and
performance
associates

6 | El humor cuestiona el statu-quo

La revista The New Yorker solo ilustra sus artículos con caricaturas. Una de sus grandes caricaturistas es Liza Donnelly. En un breve Ted Talk de 6.43 minutos, Liza explica como el humor se sirve de la tradición y de la realidad para tomar la información necesaria que luego distorsionará para provocar la risa. Nos invita a utilizar el humor como cuestionador del statu-quo e iniciador del cambio. En su presentación demuestra cómo el humor puede empoderar a las mujeres para cambiar las reglas del statu-quo (lo que se espera de ellas). Véalo en su idioma de preferencia en:

http://www.ted.com/talks/liza_donnelly_draving_upon_humor_for_change.html

¿Y usted, qué espera para desafiar su presente?

Hasta la próxima!