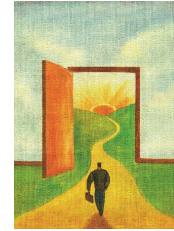


## Los Gurús del Management apuestan por la Innovación, Comunicación y Flexibilidad como clave de la recuperación profesional



Las malas perspectivas de una rápida recuperación económica han llevado a muchas compañías de todo el mundo a plantearse su estrategia para este año 2010. Tras el *tsunami* de los últimos meses de 2008 y todo 2009, la mayoría de las empresas (multinacionales y firmas de pequeño y mediano tamaño) busca ahora cómo mantenerse a flote después de la crisis internacional. "2010 será un año para trabajar el doble y ganar la mitad", dijo el experto en management, Javier Fernández Aguado, catedrático del área de Dirección General en el Foro Europeo, Escuela de Negocios de Navarra (España). "Será un año de transición, de renovación política y conceptual", añadió.

Así, mientras la mayoría de las entidades financieras se enfrentan a un cambio en su fórmula de negocio, con los anuncios gubernamentales de limitar su poder y fomentar su transparencia, el escenario empresarial busca su propio camino. La recesión ha marcado un punto de inflexión tanto en la gestión empresarial, como en la definición de un nuevo paradigma empresarial. La mayoría de los gurús del management destacaron que todo lo acontecido, con la caída del crecimiento de las principales economías del mundo y la intervención gubernamental en grandes entidades financieras, debe de servir para amoldar el modelo de crecimiento y desarrollo de todos los partícipes en la economía: desde las grandes compañías internacionales, que han visto cómo sus planes de negocio quedaban obsoletos con la crisis financiera, hasta los núcleos familiares, afectados por las restricciones crediticias, las elevadas tasas de paro y el temor a engrosar algunas de estas listas.

La mayoría de las empresas, públicas y privadas han optado por la reducción de los costes operativos frente a las reducción de los ingresos y, por tanto, de los beneficios. Dentro de estas políticas, son muchos los modelos empresariales que han confiado en los cambios en sus modelos de gestión a través del reajuste de su plantilla.

"Todo el mundo tiene que saber que hay altibajos y lo importante no es saber que tienes una crisis, sino cómo gestionarla", añadió Fernández Aguado. En este contexto, Enrique Alcat, profesor del Master en Comunicación Corporativa de la Escuela Europea de Negocios, en España, y consultor en gestión de crisis, admitió que hay sólo dos opciones: "Hundirte o mirar hacia el futuro, confiando en ti mismo, siendo proactivo y utilizando su red de contactos (networking). Quien opte por la actitud positiva es el que saldrá a flote", y apuntó a tres conceptos para salir fortalecidos de la coyuntura actual: la preparación, la prevención y una comunicación transparente.

Una vez asumida la nueva situación en la era post-crisis, los expertos avisan de la importancia de enfatizar en el proceso de cambio, con cuidados y vigilancia constante y, por supuesto, la posibilidad de actualizar el modelo de forma constante, hasta encontrar la fórmula perfecta para cada negocio. "Los fallos más frecuentes en la gestión del cambio son la improvisación, la confusión sobre los objetivos y el individualismo", reveló José Aguilar, autor de 'Crecer después de una crisis' y socio director de la consultora Mind Value. "El cambio tiene éxito cuando se diseña con rigor y se ejecuta con realismo, pero puede fracasar sino se tienen en cuenta las reacciones, perfectamente previsibles, de todos los grupos de interés afectados", añadió Aguilar.

La innovación como clave del éxito es, claramente, la doctrina más repetida entre los expertos del management. Buscar caminos alternativos, siguiendo la máxima de "si algo no funciona, prueba algo distinto", arriesgar y apostar por el talento, involucrando en el proceso a todo el personal de la empresa. "Sólo las personas pueden hacer crecer indefinidamente a las organizaciones, cuyo futuro pasa por un trato humano y digno de su gente", aseguró Fernández Aguado.

Por ello, para los expertos en management es muy importante comunicar todas las políticas de gestión que va a llevar a cabo la compañía, para que su personal pueda comprenderlo e implantarlo. "Los empleados son los clientes más importantes de la compañía y es algo que no se debe olvidar sobre todo ahora, ya que las decisiones negativas requieren más explicaciones y existen empresas que están perdiendo las formas", advirtió Enrique Alcat. "La comunicación es la herramienta básica para atenuar el impacto de las reacciones contrarias y potenciar las reacciones constructivas en situaciones de cambio", señaló José Aguilar. En este sentido, para el consultor, el compromiso de los trabajadores con sus respectivas compañías "es un bien escaso y está en alza", y auguró que "la capacidad de dar y generar compromiso es una competencia que, en los próximos años, ocupará un puesto de relieve a la hora de promocionar personas para posiciones clave".

**Publicado el 10/02/10 en [www.warton.universia.net](http://www.warton.universia.net)**

---

**PDCE** es un programa modular, de naturaleza vivencial dictado por facilitadores de amplia experiencia. En él se desarrollan herramientas para el de la comunicación efectiva, la búsqueda del discurso propio así como el desarrollo de la creatividad. Es un programa único, resultado de la conjunción de nuestra amplia experiencia aplicada a la consultoría empresarial en áreas de gestión y creatividad.