

# Cambiar o morir

Por **Diego Alejandro Jaramillo. PhD.**

Profesor de Dirección de Personas del IDE Business School

**N**o es el título de una película de vaqueros, ni de la última serie que está de moda en alguna plataforma. Se trata de una necesidad imperante. La nueva década será devastadora para aquellos que no se preparen para el cambio continuo, pues nos está enfrentando a necesidades diferentes, no solo en el entorno académico y empresarial, sino en las personas y en las familias. No estoy haciendo ninguna premonición ni lanzando algún vaticinio irresponsable. Mi argumento está fundamentado en los hechos que estamos vislumbrando: la alta rotación, los comentarios en las entrevistas de reclutamiento y salida, así como las necesidades que salen en el proceso de evaluación.

También nuestros clientes están demostrando que tienen otras necesidades, que la fidelidad con las marcas es una utopía absurda y que la competencia es cada vez más feroz y rápida. El uso de plataformas digitales es un recurso irremplazable y el contacto personal para cerrar una transacción comercial no parece necesario para las nuevas generaciones. Los viejos seguimos pensando según nuestra lógica, menospreciando estas ideas, creyendo que no tienen fundamento o que es pasajero. Nos negamos a cambiar porque nuestro cerebro prefiere quedarse donde está, aunque esté mal. ¿Han visto algunos animales que se quedan paralizados ante el peligro como única forma de defensa? Eso sucede con los “empresaurios” que aspiran a seguir donde están, porque siempre han estado ahí.

La dinámica empresarial está demandando nuevas formas de dirección y la estrategia, fundamentada en una nueva “*cooltura*” nos dan una señal inequívoca: si queremos cambios, necesitamos personas altamente motivadas y convencidas del propósito más profundo de la organización.

Siempre me preguntan algunos *tips*. Ahí van.

## 1. El cambio comienza con nosotros mismos.

Evaluar los modelos mentales que nos limitan es un



“

La estrategia, fundamentada en una nueva “cooltura”, nos da una señal inequívoca: si queremos cambios, necesitamos personas altamente motivadas y convencidas del propósito más profundo de la organización.

”

buen ejercicio. Comenzar por cambiar hábitos, seguir formándonos, asistir a debates, foros empresariales y conversar mucho con los jóvenes, nos dará una perspectiva más fresca.

2. **Retroalimentar a nuestros colaboradores.** La evaluación es importante, pero si no genera planes de acción no sirve para nada. Hacer mucho *coaching*, mucho *tutoring*, mucho *mentoring*, los mantendrá ilusionados.
3. **Construir una estrategia donde participen aquellos colaboradores que identificamos con agentes de cambio.** Seguro tendremos la tentación de hacerla con el equipo cercano, pero mientras más personas participen, más fácil será vender la idea y superar los cambios.

4. **Tener una visión clara y transmitirla nos facilitará las cosas.** La gente cree en los sueños que hace propios, así que el propósito más profundo de la organización debe parecerles atractivo y aplicable a sus propias vidas.

5. **No desfallecer en el intento es crucial.** El cambio es duro, desalentador, desmotivante y malagradecido. No darse por vencido es crucial para tener éxito. Muchas cosas van a salir mal. Lo importante es rectificar y seguir luchando.

Seguro, hay muchos más. En todo caso, es un tema de supervivencia. No importa que nos guste o no, es cambiar o morir. No hay más opciones.



#### EL AUTOR

**Diego Alejandro Jaramillo Arango** tiene el grado de doctor en Arte Latinoamericano por Harvard University y máster en Literatura Latinoamericana por University of Massachusetts. Es miembro de varios directorios de empresas multinacionales y conferencista en el área de Desarrollo Humano y Orientación Familiar. Ha escrito más de 20 libros y diversos artículos sobre sus áreas de interés. Actualmente es rector de la Universidad Hemisferios y profesor del área de Dirección de Personas del IDE Business School.