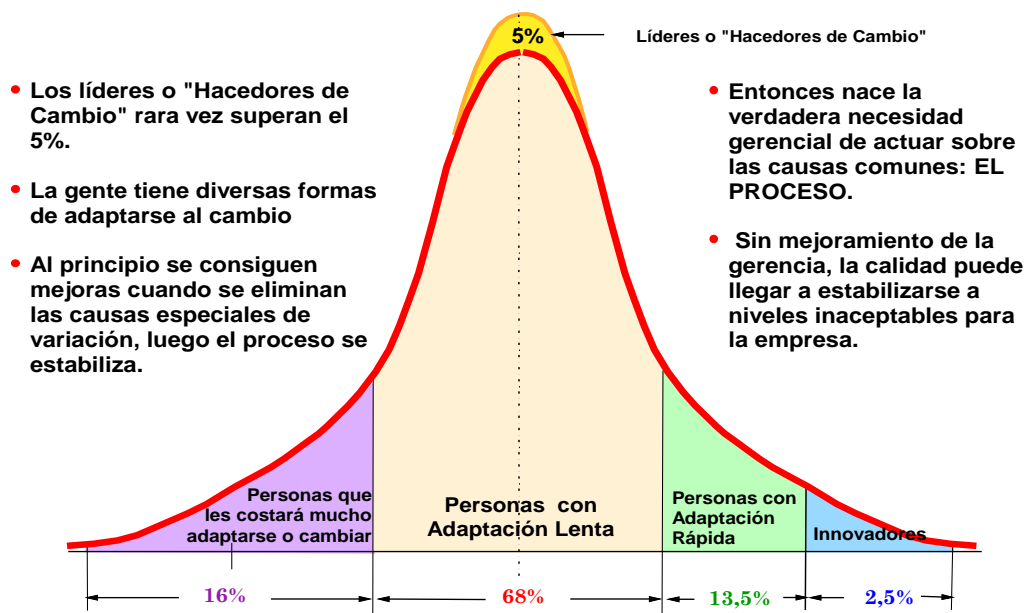


# TIPS DE CONOCIMIENTO: No. 46

Por: Rogelio Carrillo Penso



## SECUENCIA DE ADAPTACIÓN DE LOS PROCESOS DE CAMBIO por PMI.

En un proceso de cambio, sucede algo así como en el Maratón de Nueva York. Ud. tiene un conjunto de personas que han venido unos a ganar, otros a competir, otros a hacer ejercicio, otros a hacer turismo, otros a hacer relaciones, otros a averiguar "qué cosa es esa", y otros a pajear.

**1. INNOVADORES:** Cuando se da la partida, el **2.5%** arranca como alma que lleva el diablo, enamorados de la idea de ganar y dejar su nombre incrustado en el libro de récords. Son los verdaderamente comprometidos en una organización, arrastran las masas, dan el ejemplo, tienen foco y entusiasmo.

**2. PERSONAS DE ADAPTACIÓN RÁPIDA:** **13.5%** quizás no está tan entrenado y no se pudo ubicar en los primeros lugares de la línea de partida. Arrancan casi igual pero se quedan un poco atrás, pero con la convicción que ni por asomo se van a quedar en el camino. Es la **Masa Crítica** de la organización, gente con compromiso, dedicación, disciplina, destrezas y deseos de aprender, con iniciativa y mucho tesón. Disfrutan del trayecto pero no por turismo, sino por ser

parte de la experiencia de construir algo nuevo que trascienda.

### **3. PERSONAS DE ADAPTACIÓN LENTA:**

Aquí se sitúa el **68%** de las personas de la organización; son aquellos corredores que estaban entre la cuadra 3 y la cuadra 30 esperando arrancar. Algunos oyeron el disparo de salida, otros no. Casi todos ellos siguen la corriente —los corredores que van adelante. Si los corredores equivocan la ruta, ellos la equivocarán también. Tratan de mantenerse en el "bulto" de corredores pero se dan cuenta que algunos se les escapan, se descorazonan pero otros compañeros (**5%**) les dicen cómo respirar mejor, tomar Gatorade, cómo dosificar sus fuerzas. Esta gente se va montando en el autobús del cambio con lentitud y recelo, exigen ver pruebas tangibles que la cosa es en serio, que los líderes están con ellos. Si ven señales contrarias a lo que oyen se hacen escépticos, se desestiman y abandonan o sabotean el proceso. Pero todos, sin excepción quieren oír esa estación de música FM, la estación de FM más oída en el mundo: **QHPM-FM "Que Hay Para Mi - FM"** ¿Porqué este cambio es el correcto? ¿Qué pasó con el otro proyecto aquel que estaba de

tan de moda? ¿Cómo beneficia este a mi empresa, como me beneficia a mí? Aproveche la experiencia y el apoyo de los grupos **1** y **2** para dar credibilidad, y para usar sus experiencias y prácticas de forma de acelerar su incorporación al proceso.

**4. LAS QUE NO VAN PARA EL BAILE:** A **16%** de sus empleados les va a ser muy difícil cambiar, o porque no quieren o porque no pueden, o ambos. **Si no pueden** siempre es posible ayudarlos, entrenarlos, reubicarlos. **Si no quieren** ya la cosa es más complicada, pero a lo mejor es un problema de comprensión, de desconfianza o de miedo, eso se puede manejar; pero acuérdesse del profesor de perros que se empeñó en enseñar a hablar a su perro. Al final comentaba: *No aprendió nada —pero yo le enseñé.* El Cambio es como un ferrocarril, si no quiere no se monte, si no le gusta bájese —pero no se le pare enfrente.

Y **si no quieren ni pueden**, ¿Porqué los tiene allí todavía? Tome la decisión, ¿qué espera?, ¿o es que acaso Ud. es masoquista?