

Gestión del cambio en las organizaciones:

la visión de PMG



El desafío de gestionar el cambio en las organizaciones

Las empresas se enfrentan con el desafío de encaminarse en procesos de transformación, exponiendo su capacidad de liderar dichos procesos. **Diseñar herramientas que habiliten la transformación y movilizar a toda la organización en función al objetivo, asegurándose de su sostenibilidad, a través de una cultura que responda a las exigencias del negocio y del mercado, es la clave.** Ante esto, algunos líderes que aún no han tenido la experiencia de ejecutar estos procesos de cambio, se ven en la necesidad de postergar el inicio de esta nueva etapa en sus empresas hasta sentirse preparados.

Cualquier cambio que ocurra, requiere de la transformación cultural de la empresa, que responda a las necesidades del negocio.



Visión PMG para gestionar el cambio

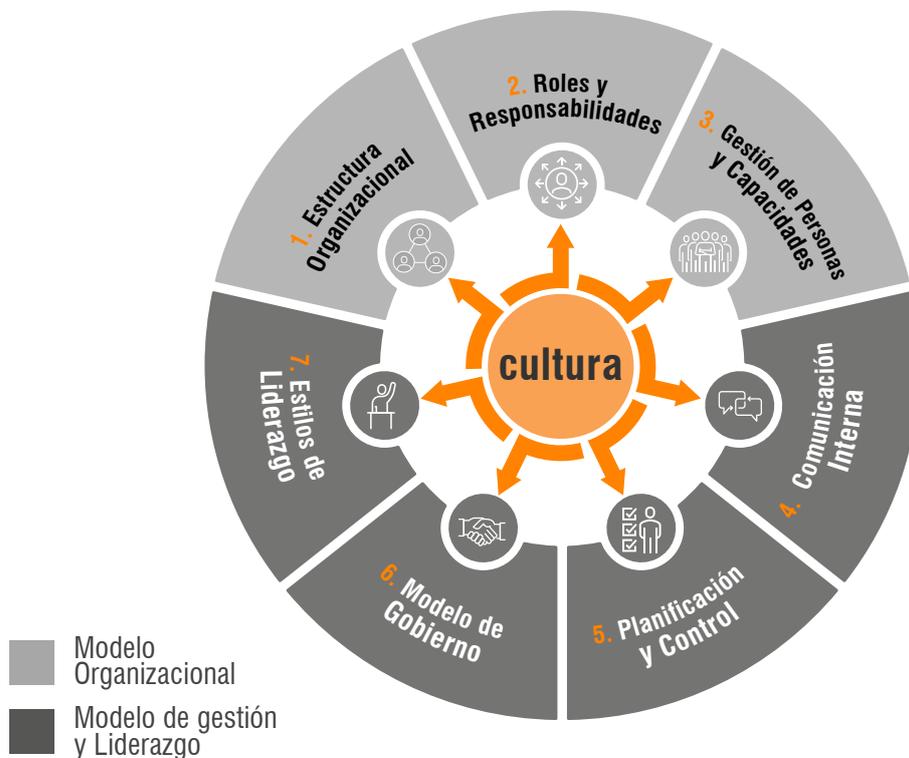
- 1 Entender la brecha organizacional entre la situación actual de la empresa y lo que debiera ser y hacer para enfrentar la transformación requerida, considerando como punto de partida el nivel de predisposición de los colaboradores para la transición al nuevo escenario.
- 2 Diseñar herramientas y procesos necesarios para lograr el estado deseado, enmarcado en la definición de Cultura que responda a la estrategia de transformación.

Las dimensiones claves de la gestión del cambio

- 1 **Transformación Organizacional:** tener como **centro a las personas, entender y activar el sistema organizacional en el que se desenvuelven, respondiendo a la cultura deseada de la empresa**, son elementos claves del éxito de la transformación organizacional y su alineamiento con la estrategia de la empresa.
- 2 **Habilitadores del Cambio:** la resistencia al cambio surge cuando se altera el “statu quo”. El objetivo es **mitigar los impactos del cambio y su consecuente baja en la performance**, acelerando el tiempo para alcanzar los nuevos niveles de productividad y manteniendo un desempeño sostenido a lo largo del tiempo.

1 Transformación Organizacional

El marco de referencia supone tres grandes etapas, donde se trabajan diferentes elementos organizacionales que siguen su nivel de desarrollo dentro de la organización, teniendo como centro la cultura deseada.



[2 Habilitadores del Cambios]

El marco de referencia supone cuatro grandes etapas, que se desarrollan en paralelo a los tiempos del proceso de cambio que la empresa esté viviendo, asegurando así la adopción de los colaboradores a la nueva forma de hacer las cosas.



1 Análisis de Impactos: Identificar cuáles son las audiencias impactadas por la nueva forma de hacer las cosas (dependiendo del foco del proyecto), considerando la situación actual de la organización (en procesos, sistemas, personas, etc.) y entendiendo su estado futuro, para poder definir y ejecutar planes de mitigación.

2 Manejo de Stakeholders: Identificar quiénes están involucrados, quiénes toman decisiones, quiénes son los actores claves del cambio (ya sean internos o externos) y segmentarlos en diferentes grupos de interés para

gestionar su alineamiento y nivel de adecuación a la curva del cambio.

3 Comunicación: Definir una estrategia y plan de comunicación. Identificar y/o crear canales de comunicación para compartir mensajes con las audiencias impactadas. Ejecutar el plan de comunicación y medir su impacto

4 Capacitación y Soporte: Identificar necesidades para definir un plan de capacitación que enseñe y oriente sobre las nuevas formas de hacer el trabajo. Implementar procesos de soporte para asegurar continuidad del cambio.



Los invitamos a que consideren la práctica de Gestión del Cambio como un aliado para gestionar los procesos de transformación en sus empresas, ya que esta mirada resguarda los resultados esperados, alineando los intereses de la organización con los intereses del negocio.

