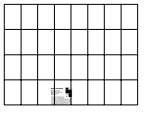


<b>LA RIOJA</b>	Tirada: <b>24.987</b>	Sección: <b>Contraportada</b>	
	Difusión: <b>21.919</b> (O.J.D)	Espacio (Cm_2): <b>53</b>	
La Rioja	Audiencia: <b>92.000</b> (E.G.M)	Ocupación (%): <b>5%</b>	
Diaria	25/09/2005	Valor (Ptas.): <b>17.558</b>	
		Valor (Euros): <b>105,53</b>	Imagen: <b>Si</b>
		Página: <b>120</b>	

## Diseñar una solución

**Título:** Qué hacer cuando el cambio no da resultados

**Autor:** Harvard Business Review

**Edita:** Empresa Activa

**Precio:** 10 euros

«Si quieres hacer enemigos, prueba a cambiar algo». Estas palabras, que en su momento se referían a cambios políticos y sociales, también se pueden aplicar al cambio en una organización. Porque, por mucho que impulsen el cambio en el mundo, las empresas comerciales siguen estando compuestas por individuos, personas con intereses creados o, por lo menos, con niveles de comodidad dentro de su situación particular.

