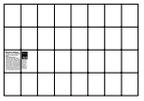


	Tirada: <b>47.181</b>	Sección: -	
	Difusión: <b>38.953</b> (O.J.D)	Espacio (Cm_2): <b>60</b>	
Andalucía <b>General</b>	Audiencia: <b>191.000</b> (E.G.M)	Valor (Ptas.): <b>36.605</b>	
Diaria	<b>25/09/2005</b>	Valor (Euros): <b>220,00</b>	Imagen: <b>Si</b>

## Qué hacer cuando el cambio no da resultados

**AUTOR: HARVARD BUSINESS REVIEW**

**EDITA: EMPRESA ACTIVA**

«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 a una empresa. Porque por mucho que impulsen el cambio en el mundo, las empresas siguen estando compuestas por personas con intereses creados o, por lo menos, con niveles de comodidad dentro de su situación particular. Diseñar una solución magnífica a un problema en la empresa, tanto si se trata de una nueva estructura, de un nuevo sistema de información o de un nuevo medio de salir al mercado, representa una tarea de proporciones enormes, pero es intelectualmente muy estimulante.

