

SUMARIO

ANTES DE QUE MARK HURD ASUMIERA EL MANDO, LAS GANANCIAS Y LAS UTILIDADES DE HP SE HABÍAN ESTANCADO, Y EL PRECIO DE SUS ACCIONES SE HABÍA DESPLOMADO.

MARKETING p48

CASI TODOS CREEMOS QUE ALGUNAS PERSONAS TIENEN UNA HABILIDAD ESPECIAL PARA ENGAÑAR. SI ESTE ES EL CASO, ¿QUÉ LAS DISTINGUE?



RRHH p52

Esto es el método RESE: resultados extraordinarios, sustentables y equilibrados.

RRHH p56

¿Seremos algún día capaces de entender el funcionamiento del cerebro?

RRHH p62

Implementar una red social interna requiere animarse a dar un paso: el de la comunicación unidireccional a un entorno colaborativo.

RRHH p66

Podríamos decir que el cambio está caracterizado por un desequilibrio. Como si pensáramos: "Una vez que aprendí todas las respuestas, me cambian las preguntas".

DIRECCIÓN p70



Un nuevo y emergente modelo de responsabilidad social corporativa busca integrarse también en la estructura de un negocio rentable.

DIRECCIÓN p76

La diplomacia comercial se puede definir como la política de internacionalización de la economía y la empresa que se ejecuta a través de las representaciones diplomáticas de un país.

ECONOMÍA p82



LIBROS p92



Siete premisas para la comunicación en el trabajo

Este relato comienza con dos muchachos de corbata parados bajo el sol, en la puerta de un holding empresario. Llevan el boceto de una revista interna, que les ha tomado varias semanas diseñar y redactar. Uno de ellos ingresa en la recepción, en cambio el otro permanece bajo el sol, a pesar del calor. Él aún no sabe nada de modelos de comunicación interpersonal, sin embargo conversa consigo como si supiera que puede crear una realidad con su pensamiento. Guarda algo en su mente. Es una promesa, una semilla, que hace más de cinco años espera tierra fértil. Luego retoma el paso y entra lentamente en la recepción repitiéndose: plantaré un árbol, lo regaré y lo cuidaré para que alguna vez dé sombra y sirva de reparo a otros.

¿Qué hacen las organizaciones que se destacan en Comunicación interna? Las prácticas de vanguardia demuestran que la comunicación en el ámbito laboral alcanza logros profundos cuando se gestiona de manera transversal, con estrategias que conciben a los distintos niveles de la organización como emisores de mensajes y no solo como receptores de información. La experiencia demuestra que hay dos actores claves que inician este proceso: la dirección de la empresa—cuando percibe el impacto que este enfoque tiene en el cuadro de resultados—y el área responsable de comunicaciones—cuando avanza hacia roles consultivos, para potenciar las habilidades comunicativas de todos los integrantes de la empresa. El libro presenta las distintas instancias de este enriquecedor proceso, resumidas en siete premisas, ilustradas con casos exitosos de diferentes países. Si acaso el lector—apasionado, interesado o quizás preocupado por la comunicación en su trabajo—anda buscando una sombra donde detenerse a reflexionar sobre el aporte de la comunicación al mundo laboral, esta será una obra imprescindible para su indagación.

Acerca del autor

Manuel Tessi es pionero en la gestión profesional de Comunicación interna. Comenzó su labor a fines de los '80 y se focalizó de manera exclusiva en esta materia. En 1994 fundó INSIDE, consultora de Comunicación Interna Integrada, aun cuando las organizaciones apenas invertían en esta especialidad. A través del trabajo de campo desarrolló el Sistema de Comunicación 1A y aportó tres modelos para gestionar la comunicación laboral. Hoy su metodología integra programas de estudio en diferentes universidades y escuelas de negocios, y es aplicada por directivos, gerentes y comunicadores en distintos mercados. Conferencista, consultor y profesor, a la fecha sus modelos han sido probados en casi un centenar de empresas en más de diez países.