

De últimas

■ Tubillete.com aspira a liderar su sector

El director de la agencia "Tubillete.com", Francisco Rodríguez, aspira a que la compañía que gestiona se convierta en la "primera telegencia" que opera en nuestro país. Rodríguez afirmó al respecto que, gracias a su próxima integración en Globalia, "tendremos más y mejores recursos para llegar a ser la 'primera puntocom' de España".

■ Iberdrola recomienda a ACS "prudencia"

Iberdrola recomendó hoy a la constructora ACS, su primer accionista, "prudencia" y que se concentre en su actividad: el negocio de la construcción. En la eléctrica considera que no es el momento "para reproducir modelos especulativos de cuyos fracasos sobran ejemplos".

■ Ebro Puleva aumenta su inversión en I+D+i

Ebro Puleva ha incrementado en un treinta por ciento sus inversiones en I+D este ejercicio, hasta un total de trece millones de euros, de los que un treinta y ocho por ciento se ha destinado a proyectos de nuevas líneas de investigación y el sesenta y dos por ciento restante al desarrollo de estas investigaciones, según confirmó el presidente del grupo, Antonio Hernández Callejas.

■ Siemens llega, en 2008, a las 55.000 patentes

Siemens ha aumentado el número de patentes en un diez por ciento durante 2008, hasta las cincuenta y cinco mil, y ha generado ocho mil doscientos inventos, es decir, treinta y siete por día de trabajo, que se tradujeron en cinco mil aplicaciones de patentes, informó la compañía a través de un comunicado. A partir de ahí, las investigaciones desarrolladas por el área de I+D+i de la empresa cubrieron todas las actividades de negocio de la compañía, con una especial dedicación a la generación de energía y a la protección medioambiental.

Las constelaciones organizacionales y la empresa

Una importante multinacional no sabía si prescindir del consultor interno que tenía en sus filas y externalizar la consultoría. El problema radicaba en que la compañía temía que, con la salida del consultor, una buena parte de uno de los equipos de la empresa se fuera con él. Para indagar en la cuestión y ver qué aspectos debía tener en cuenta la empresa, se decidió hacer una constelación organizacional. A través de esta herramienta se pudo comprobar que la externalización de la consultoría era factible sin mayores daños colaterales para la empresa.

En una constelación se logra representar una especie de mundo virtual de la cuestión a examinar. Lo interesante de esa realidad virtual es que recrea con gran fidelidad la situación real de la empresa u organización. Utilizando muy poca información y en un periodo de tiempo relativamente corto - una o dos horas - la constelación permite observar las dificultades con ojos sistémicos (la visión de la totalidad que engloba a las partes) y aportar a la organización, súbita e inesperadamente, un nuevo punto de vista, una comprensión y perspectiva distintas para actuar.

La constelación permite acceder al conocimiento tácito de las organizaciones, es decir, ese conocimiento que a veces no somos capaces de expresar en palabras o cifras pero que es vital para el éxito de cualquier aventura empresarial u organizacional. Es eso que "sabemos" de nuestra organización, pero que "no sabemos que sabemos". Y la constelación lo trae a la luz, y con ello, el "punto ciego" que no se era capaz de percibir.

Los temas posibles de una constelación organizacional son amplísimos: liderazgo, fusiones, análisis de estructuras de poder, situaciones de conflicto, problemas de las empresas familiares, comunicación, motivación. Y cada vez más se van usando como una tecnología rápida, económica y profunda para la selección o recolocación

Problemas bloqueados encuentran en la constelación un principio de solución



de personal, introducción de nuevos productos en el mercado o desarrollo de nuevos procesos o áreas de trabajo en una empresa u organización. Y es que las constelaciones organizacionales son, ante todo, una forma particular de observar la organización y sus distintas cuestiones, unas lentes con las que mirar la realidad. El nombre de 'constelación' no hace alusión ni a astrología ni a esoterismo. Por constelación (del alemán, "Aufstellung") se hace alusión al hecho de "representar ahí afuera" (en un espacio, como una sala) y el resultado de aquello representado. El cliente puede hacer su constelación en sesión individual de coaching, pero lo más normal es que lo haga con un equipo interno o externo. Así, en una constelación se le pide al cliente que configure espacialmente su cuestión o dificultad; algo así como que ponga ahí afuera la "imagen mental" que tiene del problema. Y lo llamativo de esta metodología es que el problema externalizado (a través de personas que actúan como representantes de los elementos de dicho problema) refleja con asombrosa precisión aquello que está ocurriendo realmente en la organización y permite acceder a claves de solución que hasta entonces estaban vedadas. Temas y dificultades que han podido estar bloqueados durante mucho tiempo encuentran en la constelación un principio de solución desconocido hasta ese momento. Y es que la constelación tiene la capacidad de abrirse sistémicamente a todos los niveles de la organización y poder

extraer claves de solución que estaban escondidas en algún lugar insospechado de la organización. Hoy en día, las organizaciones y empresas están saturadas de informaciones y formaciones, de datos, informes y cifras, de procesos y controles y, no obstante, siguen necesitando soluciones rápidas a los problemas y dificultades que les acucian. La complejidad de las situaciones exige un foco de luz más profundo y global. Las estadísticas llegan cuando la experiencia ya ha ocurrido. En medio de todo esto, pensadores sistémicos, consultores, propietarios de empresas, líderes y directivos de equipos tratan de analizar, comprender nuestra compleja situación, apoyar los desarrollos organizacionales y entender a nuestras empresas. Mi convicción es que las constelaciones acceden a un nivel que otras herramientas no atisban. No se trata de la única herramienta para acceder a lo nuevo que emerge, pero sí supone un foco de luz particularmente novedoso para iluminar las cuestiones que nos acucian y dotarlas de una profundidad y fuerza de transformación nueva. Utilizadas en el momento oportuno pueden ser el mejor compañero de camino de procesos globales de consultoría o coaching.

8120911
Guillermo Echeagaray Inda es Doctor en Filosofía y Licenciado en Psicología. Es director de Geiser Works: Coaching y Constelaciones (www.geiserworks.com) y acaba de escribir el libro "Para Comprender las Constelaciones Organizacionales", Ed. Verbo Divino, 2008.

El gasto medio de Navidad se reducirá hasta los 814 euros

EL GASTO medio que las familias españolas realizarán en alimentación, regalos, lotería y ocio durante la época navideña será de ochocientos catorce euros, un seis por ciento menos que en 2007, lo que supone la primera caída del consumo navideño en esta década, según estima la Federación de Usuarios y Consumidores Independientes, FUCI.

La organización, que realizó una encuesta a cinco mil consumidores de entre treinta y sesenta y cinco años durante los meses de octubre y noviembre, destacó que la coyuntura actual de crisis económica provocará que los consumidores recorten su presupuesto navideño, especialmente en ocio, donde la caída será del diez por ciento. Le seguirán regalos, con una rebaja del 7,3 por ciento; lotería, -3,6 por ciento y; alimentación, -2,4 por ciento.

La partida destinada a comida, con una media de doscientos cuarenta y cinco euros, será la que menos descenderá, en torno a un 2,4 por ciento, ya que los ciudadanos consideran que no pueden reducir más por el alza de los precios. Tras los productos alimenticios, los juguetes y regalos conforman el segundo mayor desembolso, con doscientos veintisiete euros de media, frente a los doscientos cuarenta y cinco del año pasado; seguidos del gasto en actividades de ocio, que bajará hasta doscientos nueve euros, desde los doscientos treinta y dos que se alcanzó en 2007. Por su parte, el presupuesto dedicado a la compra de décimos para el sorteo de Navidad y de El Niño, ciento treinta y tres euros, se recortará un 3,6 por ciento, con unos siete décimos por persona.

Por comunidades autónomas, Madrid, Valencia y Cataluña serán las regiones con mayor nivel de gasto, con una media de entre ochocientos cuarenta y uno y ochocientos ochenta y uno euros, respectivamente, en tanto que Galicia y Canarias serán las que menos gasten, concretamente setecientos cincuenta y dos y setecientos sesenta y cuatro euros.

RODIUS

270Xdi 165 CV
con DVD de serie

19.990€ ó 150€/mes
el primer año*

Entrada: 6.043,30€ 12 cuotas de 150€ 71 cuotas de 199€

Última cuota: 2.788,75€ T.A.E: 8,57%



• 7 AUTÉNTICAS PLAZAS
• AMPLIO MALETERO

3+2 AÑOS DE GARANTÍA | SSANGYONG ASISTENCIA | 90 PUNTOS DE SERVICIO

*Rodius 270Xdi mixto-adaptable. Consumo medio: 8,1 L/100km, emisiones CO2 223g/km, PVP: 19.987,07€ recomendado en Península y Baleares, incluye IVA, transporte y descuento promocional. Entrada: 6.043,30€ (30,24%); TIN: 7,50%; TAE: 8,57%; 12 cuotas de 150,00 €, 71 cuotas de 199,00€ y última cuota de 2.788,75€ (20%). Comisiones apertura 2,00% (278,88€) y estudio 0,75% (104,58€). Precio total aplazado: 25.144,51 €. Oferta realizada por Cofiber Financiera hasta 31 de Diciembre de 2008 para vehículos en stock R.B.E 2421/08



www.ssangyong.es

SSANGYONG

VEHÍCULOS NAGOLA
Pol. Ind. Tallunbe II, Calle D, Nave 7-19 Noain
Tfno. Ventas: 948 238 066