

Lectura Recomendada: Marco para la Efectividad de un Equipo de Trabajo

Trabajo en equipo.

Marco para la efectividad de un equipo de trabajo.

4.2 Procesos de equipos internos. Sentimientos.

1. **Caso** (Hellriege, Jackson, & Slocum, Panorama de la Administración 1., 2017, p. 578)

Caso Manejo de Sentimientos en Equipos.

Ken Neishi, vicepresidente de operaciones de Michael Foods, sabía que manejar los sentimientos en el interior de los equipos era esencial para el éxito de un negocio.

Cuando Michael Foods adquirió Papetti's Hygrade Egg Products de Nueva Jersey, uno de sus principales competidores, su tarea fue crear de forma gradual un nuevo negocio que incorporara los mejores aspectos de las dos empresas.

Sabía que las culturas organizacionales de ambas empresas eran muy diferentes —Papetti's era una empresa familiar y los dueños no compartían mucha información con los empleados, mientras que Michael Foods era una corporación grande que valoraba la comunicación abierta— dio tiempo para que los miembros de las dos empresas crearan relaciones y aprendieran a confiar los unos en los otros. Inició el proceso visitando la planta de Papetti's para conocer a los altos directivos.



Lectura Recomendada: Marco para la Efectividad de un Equipo de Trabajo

El paso siguiente fue organizar una sesión para crear equipo. A efecto de no crear diferencias entre las dos partes, la reunión tuvo lugar en una ubicación neutral y fue codirigida por representantes de los dos bandos. Neishi recuerda que cuando inició la sesión, “fue como una gran negociación sindical, con ocho personas de un lado de la mesa, ocho del otro, y todos mirándose de arriba abajo”.

Siguieron varias sesiones más antes de que apareciera el espíritu de equipo. Aun cuando el proceso fue doloroso al principio, los líderes ayudaron de forma gradual al grupo a aceptar las normas de permitir que todo el mundo hablara y que mostrara respeto por las ideas de todos.

Hoy día, es imposible saber quién proviene de Papetti's y quién de Michael Foods.

