

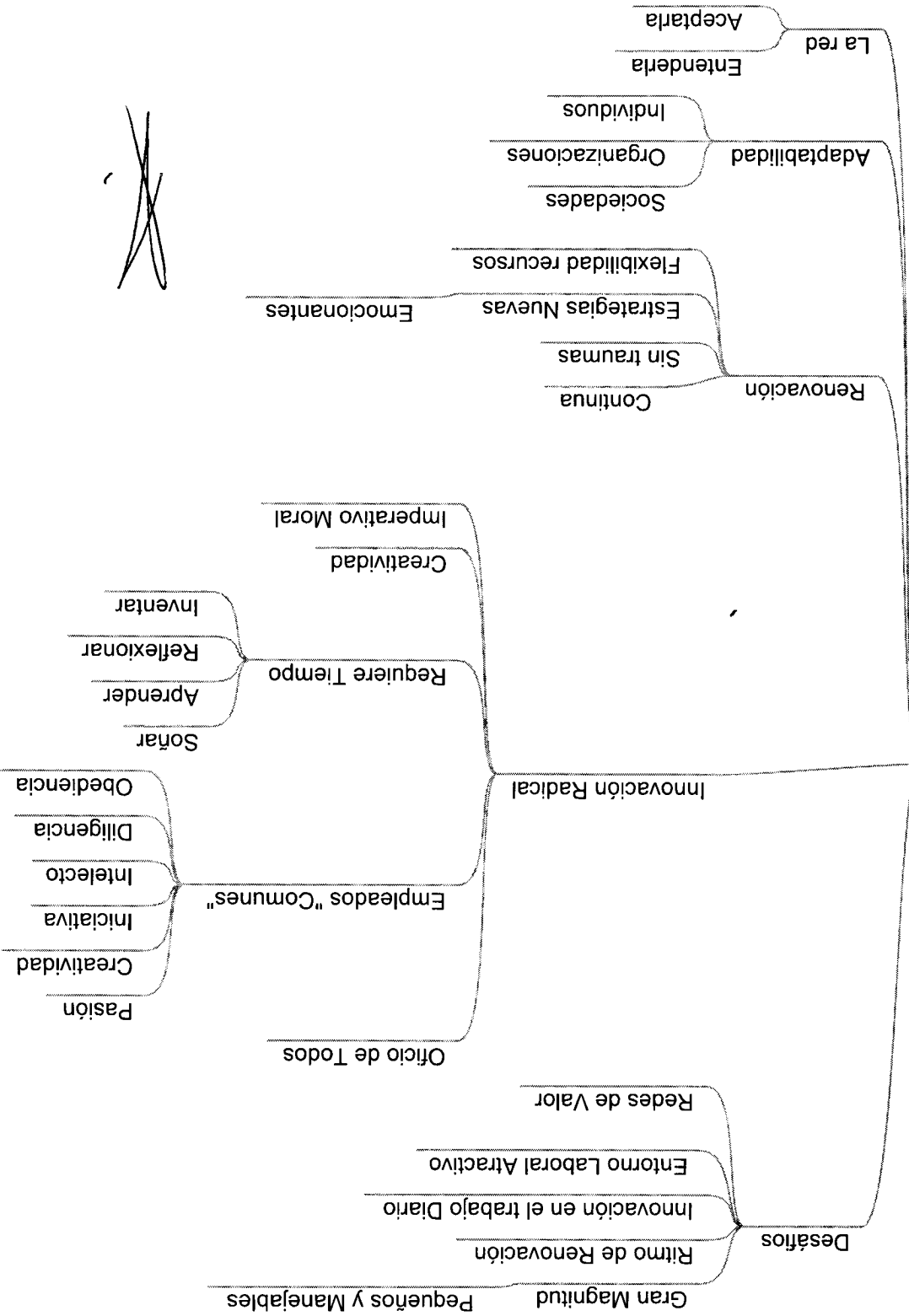


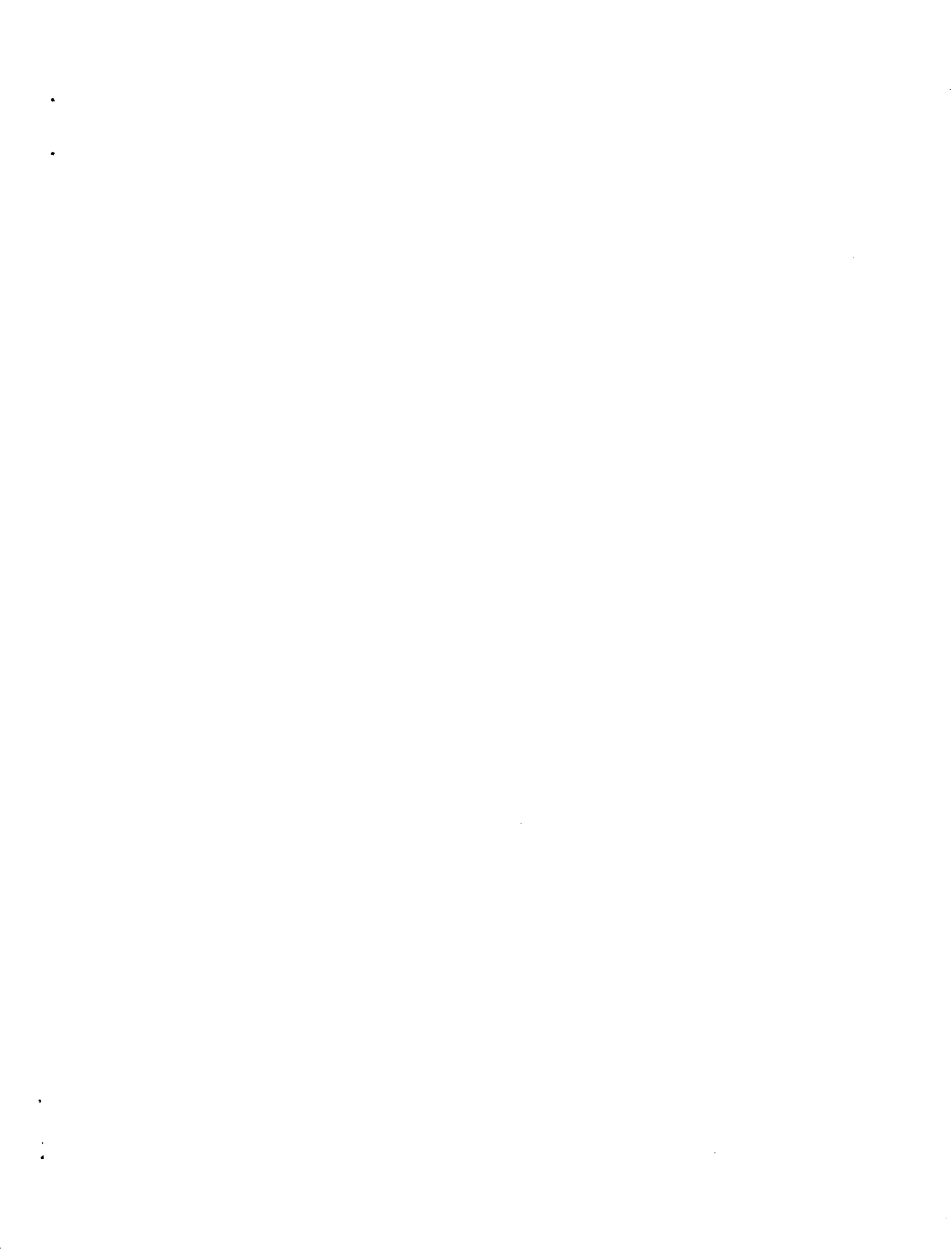
•
•
•

•
•
•

Capítulo Once

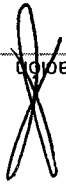
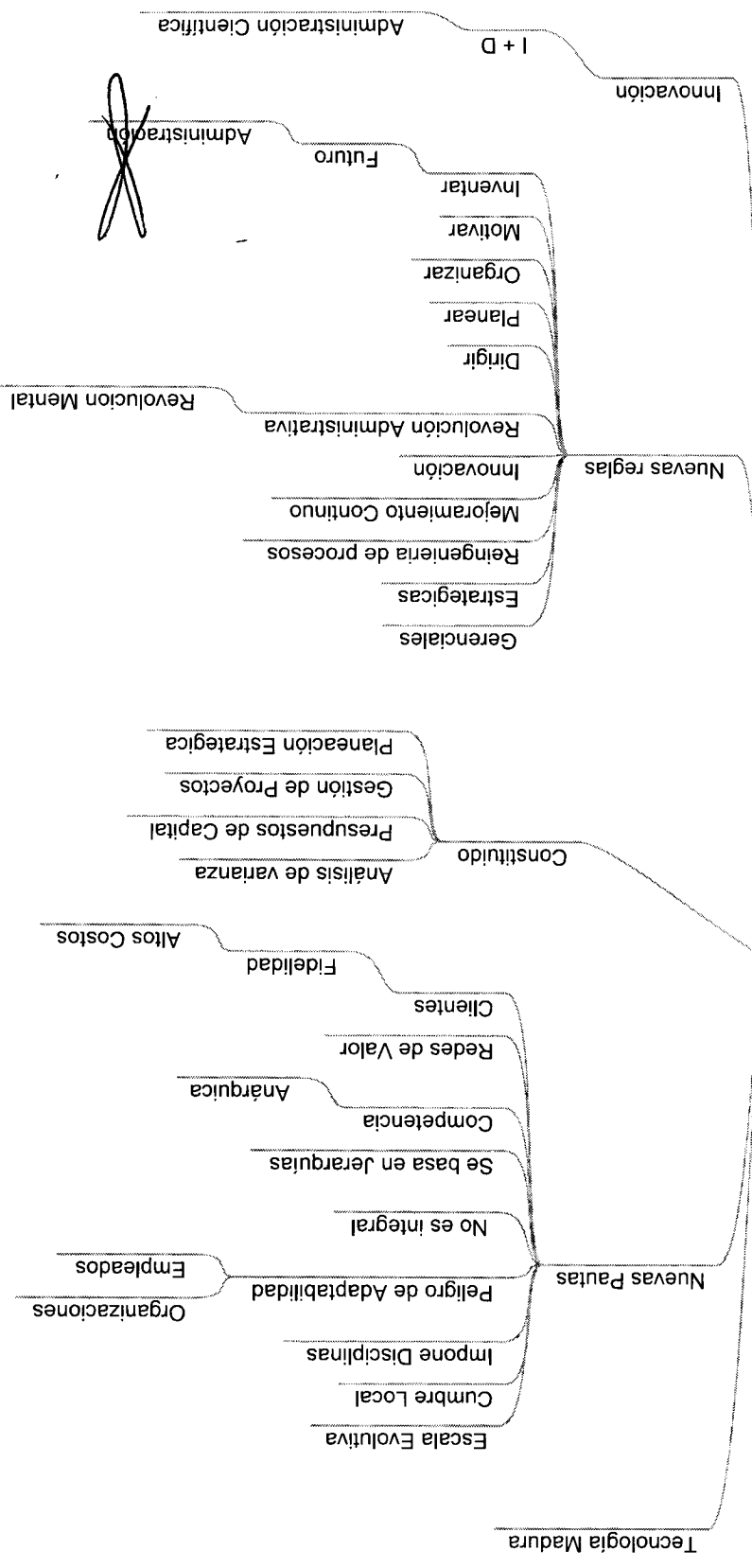
Administración 2.0





Capítulo Diez

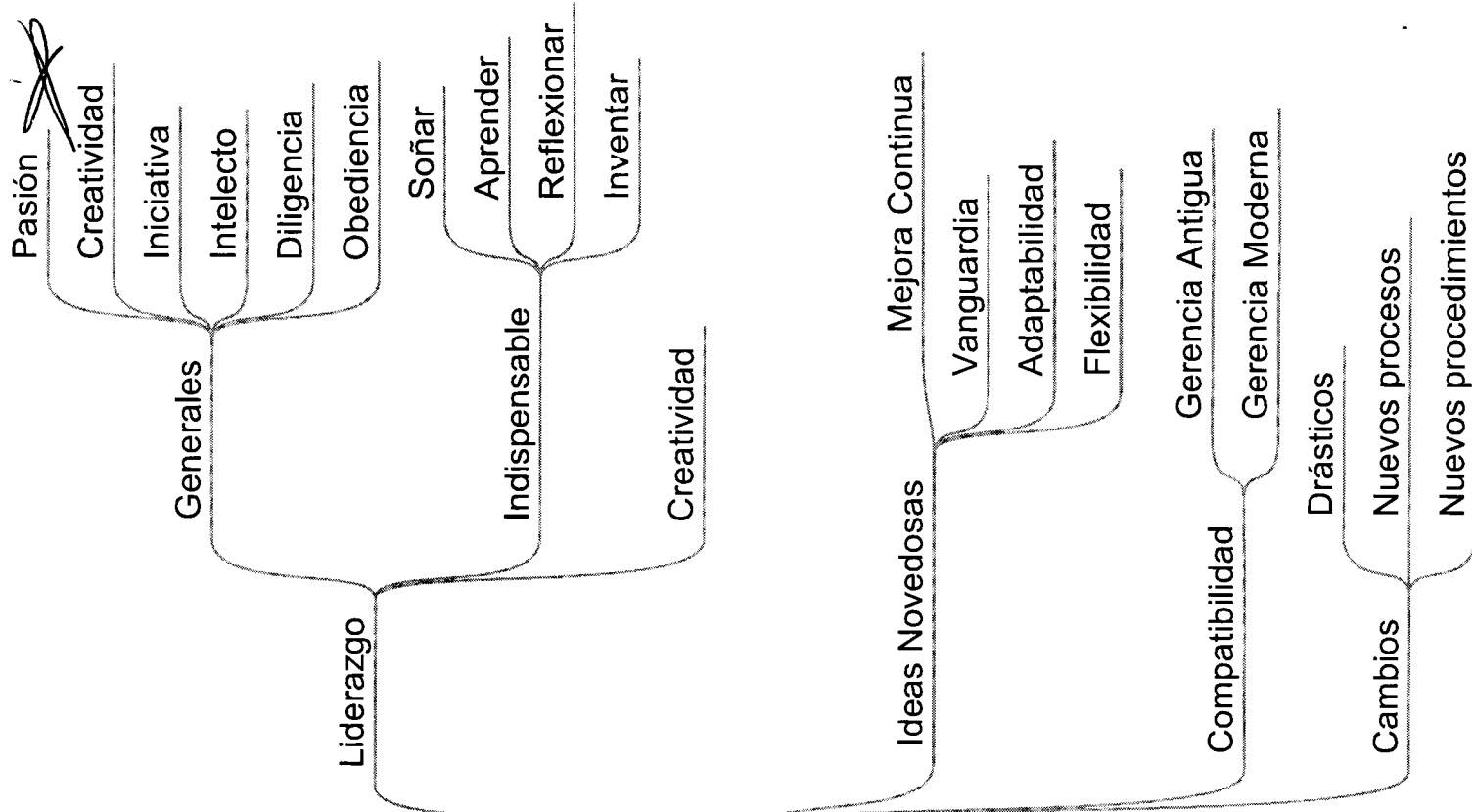
¿Cómo llegar a ser innovador de la administración?

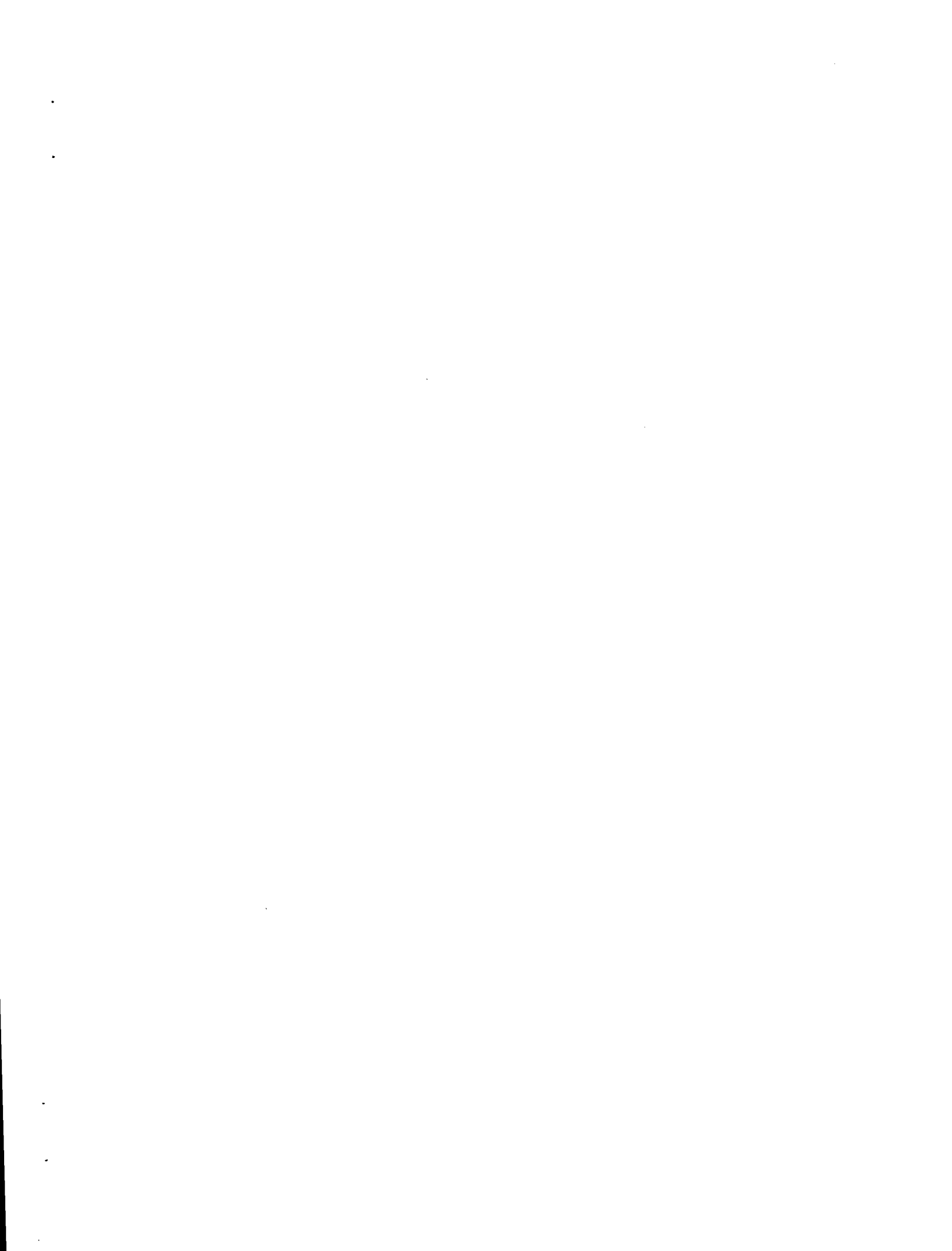




Capítulo Nueve

APRENDER DE LA PERIFERIA





CAPITULO ONCE

Administración 2.0

Raul Alexander Garcia Nova

Raulg18@msn.com

FULL

Resumen: Este capítulo comienza planteándonos que debemos ser innovadores permanentemente, para construir una capacidad de innovación incesante, es necesario poder preguntarse cuál nuevo desafío gerencial podría proporcionar una ventaja singular en caso de llegar a dominarlo. Durante toda su historia, General Electric se ha planteado esta pregunta. Como consecuencia, constantemente se ha visto abocada a resolver nuevos acertijos: ¿Cómo traer la disciplina de la administración a la ciencia? ¿Cómo desarrollar líderes sobresalientes? ¿Cómo puede el centro agregar valor a una serie de negocios distintos? ¿Cómo construir una organización sin fronteras? ¿Cómo hacer crecer a un coloso?

Palabras clave: Administración, revolución, jerarquías, estratégicas, gerenciales, libertad, dirigir, planear, organizar, inventar, independencia, liderazgo, innovación, motivar, pasión, sostenibilidad, controlar, imaginación, asignar, acumular, discernir, coloso.

Para curar una enfermedad debilitante, los investigadores deben descubrir las fallas genéticas o los mecanismos patológicos causantes de la enfermedad. Lo mismo sucede con las "enfermedades" organizacionales las incapacidades derivadas de nuestras creencias heredadas. También aquí es esencial un análisis exhaustivo de las causas primarias para inventar una cura. Una ilustración, por así decirlo.

Para asegurarse de que la innovación de su compañía tenga una base lo suficientemente amplia, conviene construir una matriz sencilla. La primera dimensión debe contener una lista de los impedimentos que limitan la capacidad de la organización de crecer, adaptarse o lograr algún otro objetivo de desempeño. El segundo eje debe incluir cada uno de los procesos administrativos clave de su compañía. Con respecto a cada uno de ellos debe preguntarse: ¿Cómo agrava este proceso esta incapacidad en particular? Cada vez que identifique una relación causal, desempaque sus herramientas de innovación: ¿Cuáles son las ortodoxias sobre las cuales se apoya este proceso administrativo?

La Red es un medio casi ideal para cultivar las nuevas cepas de la organización social. Desde Craigslist hasta MySpace, Facebook, Second Life y Harmony, desde los mensajes instantáneos hasta el podcasting, los blogs, las conversaciones por video y los mundos virtuales, la Internet comienza a modificar la raíz la forma como las personas encuentran el amor, manejan sus amistades, comparten ideas, aprenden, construyen comunidades, y más. Sin embargo, por el momento la mayoría de esta experimentación alegre y desenfrenada ocurre por fuera de los pasillos alombados de la vieja guardia corporativa.



?Cómo llegar a ser innovador de la administración?

CAPITULO DIEZ

Rauli Alexander Garcia Nova

Raulig18@msn.com

FULL

Resumen: Este capítulo nos empieza narrando acerca de tres empresas muy eficientes, General Electric, nos dice que durante los últimos años, ha hecho esfuerzos importantes por reinventar el núcleo de sus procesos administrativos revisiones financieras, desarrollo de la gerencia, planeación estratégica y evaluación de los ejecutivos, alrededor del reto de incrementar la tasa de crecimiento orgánico de la compañía.

Palabras clave: Revolución, jerarquías, estratégicas, gerenciales, libertad, dirigir, planear, organizar, inventar, independencia, liderazgo, innovación, motivar, pasión, sostenibilidad, controlar, imaginación, asignar, acumular, discernir.

Whirlpool, líder global en electrodomésticos, ha dedicado buena parte de un decenio a rediseñar sus procesos de gestión a fin de que sirvan de catalizadores para la innovación de los productos y del modelo de negocios. La que fuera alguna vez una compañía manufacturera bastante convencional es ahora considerada punto de referencia para las empresas decididas a convertir la innovación en una competencia medular. Estos tres casos ampliamente publicitados demuestran que hasta los gigantes de más de cien años en la industria puede reconfigurar el ADN de su administración, para ser adaptable, una compañía debe poder ser capaz de Engendrar negocios nuevos. Por un sin número de razones, éste es un reto sobrecogedor para la mayoría de los veteranos. Como consecuencia, generalmente son los recién llegados quienes aprovechan las oportunidades del futuro. Muchas veces, el verdadero problema de una compañía antigua no es la escasez de ideas, sino los procesos y las prácticas gerenciales, las cuales, por reflejo, se inclinan a favor de "más de lo mismo" en detrimento de "lo nuevo y diferente". Aunque los retoños verdes de una idea para una empresa nueva en ocasiones logran atravesar el suelo compacto de la indiferencia y el escepticismo de la gerencia, pocas compañías quedan verdaderamente satisfechas con el lanzamiento de esos negocios nuevos. Y quizás Lou Gerstner, presidente de la junta directiva de IBM, era el más insatisfecho de todos.

Para muchos, era como si IBM quisiera dejar miles de millones de dólares sobre la mesa. La innovación se consigue de diferentes maneras prestando ahora mucha atención a la investigación y desarrollo para "innovaciones rompedoras". Pero las innovaciones pueden ser desarrolladas por meras modificaciones realizadas en la práctica del trabajo, por intercambios y combinaciones de experiencia profesional y de muchas otras maneras. Las innovaciones más radicales y revolucionarias suelen provenir de I+D mientras que las más incrementales suelen emerger de la práctica, pero existen excepciones a cualquiera de estas dos tendencias.

X



CAPITULO NUEVE

APRENDER DE LA PERIFERIA

Raúl Alexander García Nova

Raui818@msn.com

FULL

Resumen: Este capítulo comienza planteando una visión de que sucedería si se deshace de algunas de las creencias heredadas, para poder ver con mayor claridad una forma de innovar la actual administración, también dice el autor que es mejor buscar las ideas en lugares inesperados, ya que las ideas novedosas generalmente vienen de donde menos se espera.

Palabras clave: Liderazgo, periferia, administración, Pasión, Creatividad, intelecto, diligencia, obediencia innovación, revolución, jerarquías, estratégicas, dirigir, organizar, motivar, liderar, planear y asignar.

Tomando el caso de Mary Parker Follett, quien es quizás el ejemplo del pensamiento más intuitivo de la administración del siglo XX. Nacida en Quincy, Massachusetts, en 1868, la vida de Follett estuvo enmarcada por la Guerra Civil estadounidense y la Gran Depresión. Contemporánea de Frederick Winslow Taylor, sus ideas sobre la administración fueron decididamente postindustriales. Algunos de los puntos consignados en Creative Experience, un libro suyo publicado por primera vez en 1924:

- a. El liderazgo no lo define el poder sino la capacidad de fortalecer la sensación de poder entre los liderados. La labor primordial de un líder es crear más líderes.
- b. Las decisiones contenciosas que dejan ganadores y perdedores debilitan a todos los interesados. La mejor forma de resolver los conflictos no es imponer un solo punto de vista a expensas de todos los demás, sino buscar una solución de orden superior en la cual se combinen los puntos de vista diversos de todos los interesados.
- c. Una organización grande es una colección de comunidades locales. El crecimiento individual e institucional es máximo cuando esas comunidades pueden gobernarse a sí mismas en el mayor grado posible.

Sistemas sociales y organizaciones que han desafiado a las normas convencionales. Las anomalías contradicen la lógica y por esta razón suele desecharse o hacer caso omiso de ellas. El mundo está lleno de organizaciones aberrantes cuyas prácticas hacen que la administración convencional parezca pasada de moda en el mejor de los casos, y antediluviana en el peor.

No hay que enmudecer de asombro ante el desfile de desvíos positivos presentados en este capítulo, hay que salir a buscar por cuenta de cada quien o de cada uno, para aprender más y sorprender a la gente.



ENSAYOS CAPITULOS 9, 10 y 11

Alumno:

RAÚL ALEXANDER GARCÍA NOVOA

Docente:

MSc. ING. HERNANDO BARRETO RIAÑO

Materia:

ADMINISTRACIÓN

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA LOS LIBERTADORES

BOGOTA DC

MAYO 2012