

INDICE

Introducción	XI
1. La Gestión Empresarial en la Economía del Conocimiento	1
Complejidad e incertidumbre	4
Complejidad y percepción	4
Características del cambio	7
Mundialización y globalización	10
El desarrollo sustentable y la gestión ambiental	17
e – economy y e – everything	20
La función gerencial en la era de la economía del conocimiento	23
La teoría administrativa del siglo XXI	23
¿Por quién si las organizaciones se modernizan y buscan adaptarse al cambio fallan en sus propósitos?	25
Filosofía de la empresa: principios, valores e integridad	26
El estado de salud de la organización	29
2. Cómo Generar una Visión	31
La visión: una ventana al futuro	31
La visión individual	39
Cómo aumentar su poder de visualización	41
Preparativos para la visualización	51
Visión de la organización	54
La ciencia y los números ayudan	55
Características y condiciones de una visión empresarial	59
Conexión e integración de la visión	62
Crear y actuar: la misión	63
Redacción de la visión	64
Requisitos para cumplir una visión empresarial	66
3. Gestión Empresarial Exitosa	71
La dimensión humana por contextos	72
Cambio de actitud	73
Autoprogramación y amor por la vida	75
Autoconocimiento: reflexión y afirmación psicológica	75
Características deseables del experto en gestión	77
Orientaciones generales	80
Identifique bien al animal	81
Créalo: lo único seguro es que todo cambia	82
Adopte un pensamiento reflexivo y crítico – constructivo	84
Refuerce los pilares de la organización y disminuya su vulnerabilidad	85
Promueva la flexibilidad	86
Potencia su capacidad de gestión	90
Traduzca el significado de la información de diferentes contextos en mejores decisiones	91
Promueva y establezca alianzas estratégicas	93
Sume la fuerzas individuales y los talentos para asegurar el éxito	93
Mida el éxito de las estrategias, no sólo los resultados	99
Trabaje para aumentar el valor de su empresa	100
Comprométase con el desarrollo sustentable y la gestión ambiental	101
4. El Desarrollo de Estrategias	103

Evolución del concepto de estrategia	103
Clasificación de las estrategias	108
Estrategia corporativa	108
Estrategias funcionales	109
De ventaja competitiva	109
Principios básicos	109
La estrategia guían las decisiones, pero necesitan forcadors.	109
No basta operar la estrategia, hay que fortalecerla para que madure y surta efectos	110
Las estrategias deben servir para generar posibilidades más que justificar el statu quo	111
La mejor estrategia es desarrollar la capacidad y habilidad de hacer estrategias y ponerlas en marcha en cualquier momento	112
Si la capacidad para el cambio es limitada, perfeccione lo que funciona con un benchmarking estratégico	113
En condiciones de alta complejidad asocie e integre estrategias simples	114
El proceso de diseño, instrumentación y evaluación de las estrategias debe ser divertido y aleccionador	114
Hay que concentrarse en el cliente y en la demanda	115
La existencia y promoción del potencial humano y organizacional es una base para éxito	116
La integración de la estrategia en un mosaico organizacional de perspectivas internas y externas independientes	117
Cómo pasar de la visión a la estrategia	118
El proceso de la planeación estratégica	120
Diseño de la estrategia	125
Procedimiento general	128
Propuesta de logística para instrumentación la estrategia	133
Herramientas y técnicas de apoyo	136
5. El Modelo de Gestión Estratégica Integral	137
Visión de futuro	138
Gestión del conocimiento	139
La organización inteligente	142
El liderazgo vital	144
La estructura organizacional ideal	144
Capital intelectual: la importancia del capital humano y el talento	146
El equipo autodirigido	151
La piedra angular: el compromiso de la gente	154
Conectar y articular al capital humano con la estrategia	156
El sistema de gestión estratégica	157
Indicadores según perspectiva	160
Información estratégica de soporte y complementaria	164
Panel de comunión y decisión	165
Aplicación de los resultados del aprendizaje	166
Reflexiones finales	169
Bibliografía	173
Glosario	183