

acción empresarial

Juan Carrión defiende un cambio en la cultura corporativa que potencie la innovación y el inconformismo del individuo. Con prólogo de Javier Fdez. Aguado.

CULTURAS INNOVADORAS 2.0



«La cuestión está en que demasiados consideran que en el mundo (en la organización en la que trabajan o gobiernan) todo lo que tuvo éxito en el pasado lo seguirá alcanzando en el futuro. ¡No es así! Lo que ayer fue revolucionario, hoy ha quedado probablemente obsoleto y mañana será sencillamente mentira».

Javier Fernández Aguado, prologuista de la obra

Autor: **Juan Carrión** | Editorial: **LID Editorial Empresarial** | Colección: **Acción Empresarial**

EAN-ISBN13: **9788483560990** | Precio: **19,90 euros** | Formato en centímetros: **15x22**

Encuadernación: **Rústica** | Número de páginas: **224**

Prólogo de Javier Fernández Aguado

Agradecimientos

Primeras reflexiones

Empresa y tiempo

1. La vida según Ron Mueck: de los Teleñecos a la National Gallery
2. Empresa y tiempo
3. Sólo nos quedan los simulacros de futuro

¿Neandertales o cromañones?

1. Viajando en el tiempo...
2. Empresas cromañonas frente a empresas neandertales
3. Marx sigue vivo: la empresa neandertal no es un humanismo
4. ¿Nos pueden volver las empresas neandertales absolutamente idiotas?

En busca de la innovación: destrucción creativa

1. La importancia de la cultura para la innovación
2. Buscando tendencias
3. Innovación: de la síntesis al futuro
4. Pero la síntesis necesita tiempo
5. Tipos y niveles de la innovación
6. La eficiencia no es el camino, el camino es la destrucción creativa
7. Las mentiras de la innovación neandertal
8. La cultura sectorial: de la endogamia a la abducción
9. El largo camino hacia lo realmente extraordinario

Cultura y niveles de conciencia: creando realidades colectivas

1. Introducción
2. Planolandia: la incapacidad para ver nuevas realidades...
3. ¿Cómo afecta la cultura a las personas?
4. Sobre la noción de cultura
5. Cultura: memes y comportamientos
6. Niveles de conciencia y pensamiento de segundo grado

Cultura organizativa

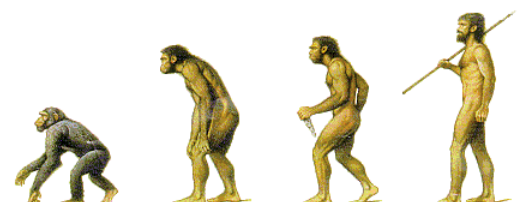
1. Concepto de cultura organizativa
2. Factores que determinan el paradigma cultural en la empresa
3. ¿Cómo se crea la cultura organizativa?: la importancia de los fundadores
4. Mecanismos clásicos de transmisión cultural
5. ¿Cómo se perpetua una cultura organizativa?
6. Cultura organizativa, control normativo y compromiso
7. Cultura organizativa y niveles de conciencia

Persistencia y cambio interno

1. Cambio interno
2. Persistencia neandertal: resistencia al cambio interno
3. Barreras al cambio en culturas neandertales
4. El miedo en la empresa
5. El blindaje ante el cambio: la disonancia cognitiva mal gestionada
6. Disonancia cognitiva y cultura neandertal
7. Factores internos que facilitan el cambio cultural y de nivel de conciencia
8. La autojustificación como barrera al cambio cultural y de nivel de conciencia
9. Tipos de autojustificaciones
10. El más allá del pensamiento neandertal: la negación absoluta

Culturas innovadoras

1. Culturas innovadoras: ¿fuertes o débiles?
Adaptativas



2. Dimensiones culturales para la innovación
3. Algunas recomendaciones para generar una cultura innovadora
4. Empresas con culturas innovadoras
5. Las empresas como comunidades creativas
6. ¿Utopías empresariales?

Personas y equipos creativos: ¿conformistas o inconformistas?

1. Introducción
2. ¿A quién valoramos más, al conformista o al inconformista?
3. El efecto Asch: conformismo total
4. Conformismo, obediencia y burocracia en el Tercer Reich
5. Conformismo y política
6. Richard Feynman: del inconformismo a la creatividad
7. Características de las personas creativas
8. Estilos de pensamiento, creatividad y cambio
9. ¿Clase burocrática o clase creativa?
10. Clase creativa en la empresa neandertal: innovadores en la sombra e intraemprendedores
11. Los equipos creativos

Liderazgo y poder

1. La crisis del liderazgo neoneandertal
2. Poder: ¿física o química?
3. Animales sociales y ansia de poder
4. La calidad del liderazgo como factor clave para la innovación: ¿chimpancés o bonobos?
5. Liderazgo de primer grado
6. Liderazgo de segundo grado
7. Parece fácil pero no lo es
8. El gran problema del liderazgo neandertal: el principio de Peters

La clave del cambio y la innovación: desaprender la empresa

1. Preguntar como un niño, responder como un adulto
2. Paradigmas, memes y prejuicios
3. Aprendiendo a desaprender
4. No es fácil desaprender
5. Inteligencia = Ser capaz de desaprender
6. Aprender y desaprender en la adversidad

Invoquemos a Jano

Epílogo de Juan Carlos Cubeiro y Pilar Jericó

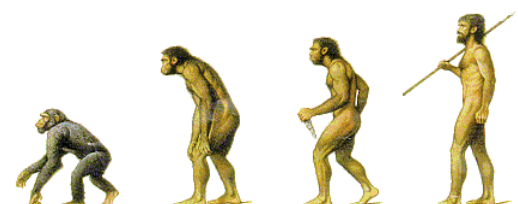
Notas

El autor

Juan Carrión es experto en gestión de empresas y procesos de cambio estructural y organizativo. Es director de Eurotalent y su trayectoria empresarial está relacionada con compañías como Sun Microsystems, Meta 4 o Walter & Newman en las áreas de recursos humanos y consultoría estratégica. Es profesor de la Universidad Complutense de Madrid y de ESIC y autor de los libros *Estrategia, de la visión a la acción* y *Organizaciones idiotas vs. Organizaciones inteligentes*.



Forma parte de LID Conferenciantes (jca@lidconferenciantes.com) como especialista en creatividad, estrategia, ética, mejora de calidad y mejora personal.



La obra

Los directivos, los empleados y sus métodos de trabajo se desarrollan al ritmo que la sociedad marca obligando a las empresas a reinventarse y adaptarse a los cambios para atraer y retener el talento que asegure su permanencia a largo plazo.

«Las organizaciones empresariales son pequeñas sociedades humanas y, como todas ellas, crean y fomentan determinados valores, normas, creencias, comportamientos, y formas de entender el mundo que, con el tiempo, configuran lo que denominamos la cultura organizativa».

Sin embargo, esta evolución está fuera del alcance de aquellas organizaciones que mantienen la creencia de que lo que triunfaba en el pasado también lo hará en el futuro.

«La cultura tiende a perpetuarse, a ser estable a lo largo del tiempo y, por eso, permite generar confianza a los que llevan mucho tiempo en la organización. Sin olvidar que puede llegar a convertirse en un imán capaz de atraer savia nueva. Pero cuando la cultura se convierte en un corsé del que es imposible salir, capaz de reducir la libertad y el pensamiento de los individuos a cero, crea personas hastiadas, hundidas y llenas de miedos e inseguridades que pierden su tiempo en un entorno laboral que no sólo les aburre, sino que les destruye la vida».

Culturas innovadoras 2.0 refleja la transición de una época donde el empresario tenía el poder absoluto sobre el mercado y el dominio completo de la mano de obra a un panorama empresarial donde el cliente es el que manda y los empleados buscan algo más que un salario para sobrevivir.

«Lo más sorprendente del cambio es que, si el cliente es el rey, las personas que ponen su talento, inteligencia y creatividad al servicio de una empresa son, sin duda, los príncipes. La paradoja es que, en el mundo que nos ha tocado vivir, las empresas no son nadie sin príncipes... Pero, aunque a muchos esto nos parezca evidente, cada vez más organizaciones pierden competitividad por desaprovechar abiertamente, y sin rubor, el talento de las personas que contratan».

Juan Carrión ilustra la convivencia de empresas neandertales (rígidas y jerárquicas, caracterizadas por coartar el desarrollo de las capacidades humanas) y cromañonas (flexibles, innovadoras, capaces de adaptarse al entorno y de influir en él, entre otras muchas cualidades) en el marco de una sociedad sensible al cambio y en continua evolución, reflexionando sobre la necesidad de crear culturas innovadoras, a nivel interno y externo, para hacer frente a la competencia y sobrevivir a la crisis que nos achaca.

«En la mayor parte de los sectores la competencia es feroz y la única opción para crear monopolios temporales es la innovación; pero intentar mantenerse en el mercado sin una cultura innovadora se ha convertido en algo parecido a esperar encontrar una nueva carretera en un mapa de 1984: simplemente imposible. Sin una cultura, sin unos modelos mentales, que impulsen la innovación, ésta no surgirá; y sin ella no hay futuro».

Guiños históricos y culturales son utilizados por el autor en una obra que recoge las claves y los pasos a seguir para implantar una cultura innovadora que responda a las necesidades patentes en la actualidad; todo ello, acompañado de una serie de recomendaciones y casos prácticos para guiar a las organizaciones hacia correcta reinención.



laura.diez@lideditorial.com
aldara.barrientos@lideditorial.com
91 372 90 03

