

ÍNDICE

Introducción	11
1. Pongámonos en contexto	19
Complejidad.....	19
Globalización	21
Cambio tecnológico.....	22
Crecimientos exponenciales	23
Conocimiento al cuadrado	23
Organizaciones en red	24
Capital humano	25
Innovación en el <i>management</i>	26
La cultura del proyecto.....	27
Proyecto y complejidad: hacia la GPC	29
Ideas clave.....	30
2. La GPC: diez factores básicos	33
FACTOR 1. Modelo	35
¿Qué es el modelo?	35
Modelo y estrategia	36
¿Cómo se hace el modelo?	37
¿Para qué sirve el modelo?	39
Relato: en qué se fundamenta y cómo se comunica el modelo.....	40
Ideas clave	48
FACTOR 2. Objetivos	50
Herramientas para la definición de objetivos	50
Cómo deben ser los objetivos: características	51
Cómo gestionar los objetivos: El ciclo de Deming.....	53
Ideas clave	61

FACTOR 3. Innovación.....	63
Algunas tendencias actuales de la innovación en las empresas	65
Innovación y velocidad de cambio	67
Innovación en la GPC	69
Características a tener en cuenta en la innovación en la GPC.....	71
Ideas clave	76
FACTOR 4. Instrumentos.....	78
Tipos de instrumentos	78
Instrumentos tangibles	79
Instrumentos económicos y financieros	81
Instrumentos intangibles.....	85
Ideas clave	91
FACTOR 5. Entorno.....	93
Entorno corporativo: la gestión de los grupos de interés.....	93
Relaciones con la administración.....	99
Ecosistema innovador: un ejemplo de entorno enriquecedor.....	100
Ideas clave	105
FACTOR 6. Equipo humano	107
El capital humano: de la revolución industrial a la sociedad del conocimiento.....	107
Organizaciones en red	109
Gestión por valores.....	114
Ideas clave	116
FACTOR 7. Alianzas	119
Naturaleza de los aliados	120
Naturaleza de las alianzas	121
<i>Partenariado</i> público-privado (<i>Public Private Partnership</i> , PPP): un ejemplo de alianza	123
La negociación: cómo establecer una buena alianza	124
Aliados a evitar.....	125
Incentivos en las alianzas	126
Ideas clave	128
FACTOR 8. Tempo	131
Diferencia entre tiempo y tempo	131
Tempo y sociedad industrial.....	132
Tempo y sociedad del conocimiento	134
El <i>kakushin</i> y el <i>kaizen</i>	135

Tempo y toma de decisiones: un referente histórico	136
La gestión del tempo: aceleración y dilación	137
Algunos ejemplos	141
Ideas clave	142
FACTOR 9. <i>Marketing</i> y comunicación	145
El nuevo paradigma de la comunicación.....	147
La viralidad.....	150
El <i>storytelling</i>	154
Ideas clave	158
FACTOR 10. Gestión de crisis.....	160
Tipos de crisis.....	161
Diseño del plan B	165
Ideas clave	168
3. Un ejemplo de GPC: el proyecto 22@Barcelona.....	171
FACTOR 1. Modelo.....	172
FACTOR 2. Objetivos	175
FACTOR 3. Innovación.....	177
FACTOR 4. Instrumentos.....	180
Instrumentos tangibles	180
Instrumentos económicos y financieros	181
Instrumentos intangibles.....	182
FACTOR 5. Entorno.....	184
Las condiciones iniciales de los agentes implicados	184
FACTOR 6. Equipo humano	188
FACTOR 7. Alianzas	192
FACTOR 8. Tempo	195
FACTOR 9. <i>Marketing</i> y comunicación	197
FACTOR 10. Gestión de crisis.....	201
Resultados y reconocimiento	203
4. Comprobad vuestro propio caso	205
Bibliografía y webgrafía.....	213