

# ÍNDICE

<b>Introducción .....</b>	<b>11</b>
<b>1. Pongámonos en contexto.....</b>	<b>19</b>
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
<b>2. La GPC: diez factores básicos .....</b>	<b>33</b>
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
Partenariado 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
Tiempo 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 tiempo: aceleración y dilación .....	137
Algunos ejemplos .....	141
Ideas clave .....	142
<b>FACTOR 9. <i>Marketing</i> y comunicación .....</b>	<b>145</b>
El nuevo paradigma de la comunicación .....	147
La viralidad .....	150
El <i>storytelling</i> .....	154
Ideas clave .....	158
<b>FACTOR 10. Gestión de crisis .....</b>	<b>160</b>
Tipos de crisis .....	161
Diseño del plan B .....	165
Ideas clave .....	168
<b>3. Un ejemplo de GPC: el proyecto 22@Barcelona .....</b>	<b>171</b>
<b>FACTOR 1. Modelo .....</b>	<b>172</b>
<b>FACTOR 2. Objetivos .....</b>	<b>175</b>
<b>FACTOR 3. Innovación .....</b>	<b>177</b>
<b>FACTOR 4. Instrumentos .....</b>	<b>180</b>
Instrumentos tangibles .....	180
Instrumentos económicos y financieros .....	181
Instrumentos intangibles .....	182
<b>FACTOR 5. Entorno .....</b>	<b>184</b>
Las condiciones iniciales de los agentes implicados .....	184
<b>FACTOR 6. Equipo humano .....</b>	<b>188</b>
<b>FACTOR 7. Alianzas .....</b>	<b>192</b>
<b>FACTOR 8. Tempo .....</b>	<b>195</b>
<b>FACTOR 9. <i>Marketing</i> y comunicación .....</b>	<b>197</b>
<b>FACTOR 10. Gestión de crisis .....</b>	<b>201</b>
Resultados y reconocimiento .....	203
<b>4. Comprobad vuestro propio caso .....</b>	<b>205</b>
<b>Bibliografía y webgrafía .....</b>	<b>213</b>