

Índice

<i>Prefacio: Una economía de ideas (Alan Webber)</i>	1
Introducción: La sabiduría de la naturaleza	7
1. ¿Por qué el conocimiento compartido es poder?	25
2. La era del conocimiento: ¿oportunidad de una nueva Ilustración?	61
3. ¿Cuál es el negocio del conocimiento de su empresa?	77
4. Las comunidades del conocimiento como empresas de riesgo	111
5. Gestione usted mismo el conocimiento para que su director de conocimiento no tenga que hacerlo por usted	139
6. Aprendiendo a dirigir la revolución del conocimiento	169

7. Las culturas que interrogan son culturas que confían	203
8. Liderar significa construir el futuro de nuestra comunidad	227
9. "Ausencia de fines empresariales tangibles" y otros escollos	249
10. Un negocio inteligente se adhiere a la revolución del conocimiento y crece a partir de ella.	263

Epílogo: La economía del conocimiento (Eric Voigt) 283

Apéndice: Contribuciones: ¿Cómo practican las compañías-legado los negocios inteligentes? 295

1. Priscilla H. Douglas, Xerox: Los documentos transmiten conocimiento	299
2. Helena Light Hadley, Marriott: Gente ordinaria haciendo cosas extraordinarias	313
3. Garry High, Saturn: Gente, sistemas, capacitación y desarrollo	325
4. Peter Henschel, IRL: El trabajo medular de un gerente en la nueva economía	340
5. Gösta Hägglund, Servicio Postal Sueco: Del monopolio a la modernidad	350
6. Dr. René Villarreal, PIPSA: Creación de capital intelectual en la era de la mentefactura	358

Facultad de Ciencias
 UNER Económicas
 INSTITUTO BIBLIOTECA Y DOCUMENTACIÓN
 TRAIL BLAZERS

7. Berth Jönsson, SMG: Ser un innovador empresarial	370
8. Heidi Hahn, Laboratorio Nacional de Los Alamos y Rebecca Phillips, Universidad Motorola: Las comunidades del conocimiento del mundo científico	382
Agradecimientos	399
Alan M. Weber Faal O. Notas Boston, MA.	407
Acerca del autor	425

Estamos viviendo en una economía de ideas.

Sólo mire a lo alrededor: a las compañías que dominan los titulares de la prensa, a las compañías nuevas que atraen nuestra atención en la prensa, a las compañías que nos deslumbran. Estas compañías están creando un nuevo mundo de negocios. No se parecen a nada del pasado. Las nuevas formas de producir resultados: aplicación de los avances tecnológicos, nuevas producciones tales como tierra, edificios, equipos, edificios de oficinas, están cediendo el paso a formas innovadoras. Al tiempo con las mejores ideas de mejor gente, la manera más integrada de trabajar, el mejor conocimiento, la relación más estrecha con el cliente, el mundo en constante más nuevo, la mejor ejecución, el liderazgo. Hoy en día resultan más importantes los activos intangibles: las ideas. Las personas, los talentos, los equipos, las comunidades. La pasión. Los valores. Y el entusiasmo.

Este es el mundo que Alan Weber, y su libro intentan representar aquí. Es una del nuevo ámbito de trabajo, un lugar sugestivo, exigente y creativo, poblado de hombres y mujeres ávidos e innovadores.