

# BUSINESS **HOT** & **COLD**

*Rodolfo Murillo*

*Everardo Ramírez*



Una empresa debe centrarse en lo que mejor sabe hacer. Cada uno de sus segmentos debe ser manejado en "**alta definición**", con tanta información como sea posible para orientar las decisiones de gestión y permitir que los procesos de negocio efectivas.



Dicha especialización y alta definición son características de un **medio caliente**.

El efecto de un medio caliente es para adormecer la conciencia.

Gerentes siguen sin conocer los aspectos de la realidad que no encajan dentro de su visión estrecha.



Marshall McLuhan utiliza el mito griego de **Narciso** como metáfora para explicar el concepto de caliente.

*Mientras que Narciso estaba inclinado sobre las límpidas aguas de una fuente, vio su propio reflejo en el agua. Creyendo que el reflejo de un espíritu de la fuente, se enamoró perdidamente de la imagen y, incapaz de separarse de ella, murió de languidez.*

Narciso se enamoró de sí mismo, de hecho conoció a su destino trágico al ser atrapado por la imagen **caliente** de la realidad.

Su enfoque extremo con un solo sentido, como resultado de las percepciones de adormecer todos los demás.

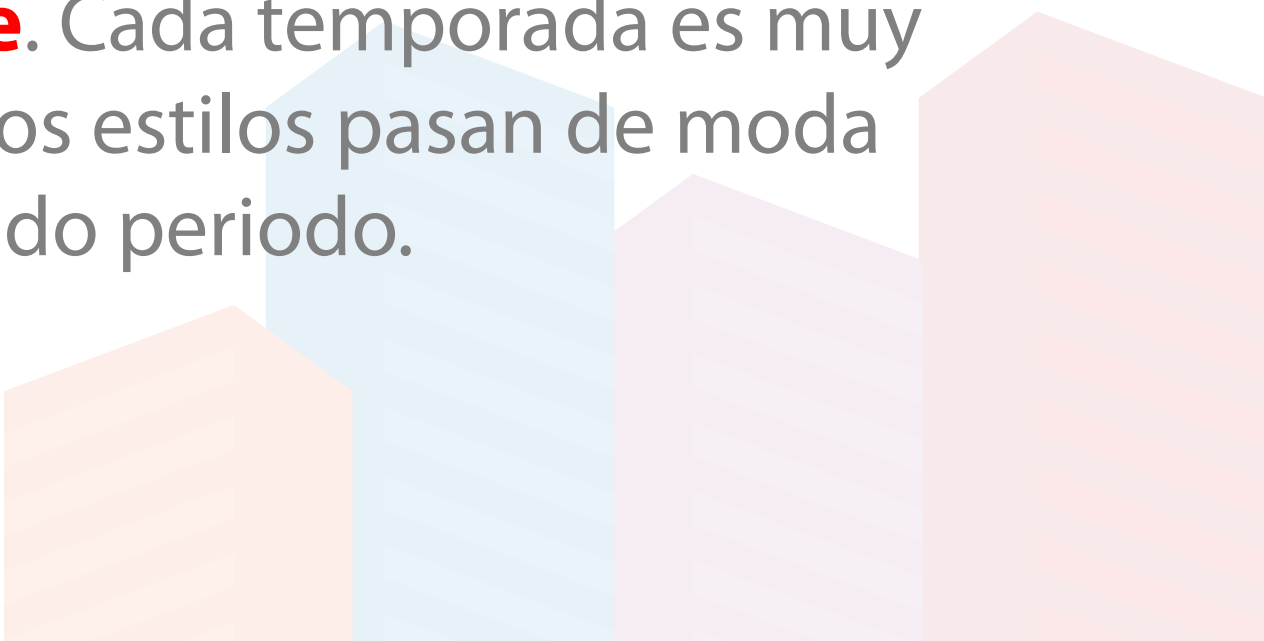


Hancock nunca ha sido considerado un visionario. Como jefe de redes de IBM. También se llamó a IBM por su lentitud para comprender la Internet.

Gestión de los asuntos **calientes** en la industria caliente se extiende fácilmente el éxito. Sin embargo, en una industria de **super-caliente**, invierte en el éxito fracaso con la misma facilidad. .

Las empresas de las industrias calientes se deben al menos tener algunas influencias frías o frescas para la gestión.

El negocio de la industria de la moda es un negocio **caliente**. Cada temporada es muy corta e intensa, los estilos pasan de moda en un determinado periodo.



La cultura de gestión **fría** suele ser más fuerte y resistentes. Los equipos son capaces de enfrentar las tormentas económicas y de anticiparse a ellas.

La cultura de gestión **caliente** depende del líder.





Bill Gates, persona brillante y de mente inquisitiva posee características de una personalidad **caliente**.

Mientras que Gates impulsó Microsoft, una empresa con una cultura de gestión **caliente**, Microsoft contrató a un gerente de de cultura **fría** o **fresca** como Director de Tecnología, hasta su jubilación.

## Negocios cultivados

La cultura de un negocio que comúnmente se considera como el medio ambiente subjetivo en el que los empleados continúan con sus vidas corporativas diarias.

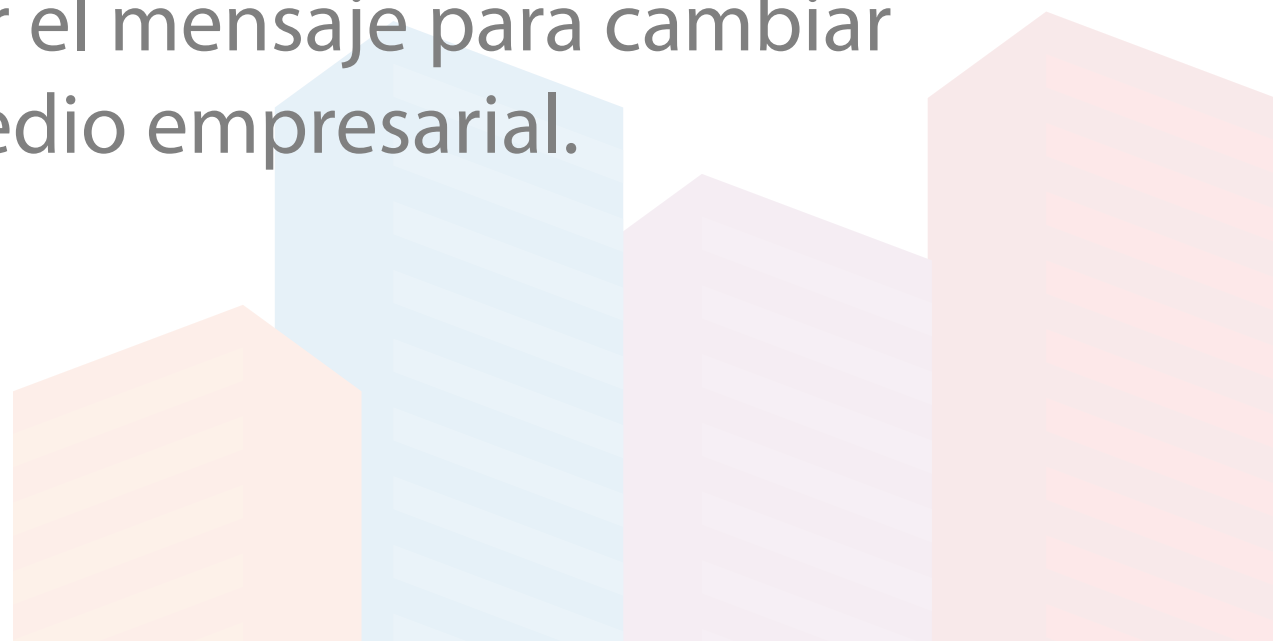
McLuhan ha investigado estos efectos.

La primera vez que muchas personas son capaces de percibir el efecto que la empresa ha tenido en ellos es después de salir.

La gente dentro de una empresa desarrolla su **cultura corporativa** a través del tiempo que dan forma a sus herramientas.

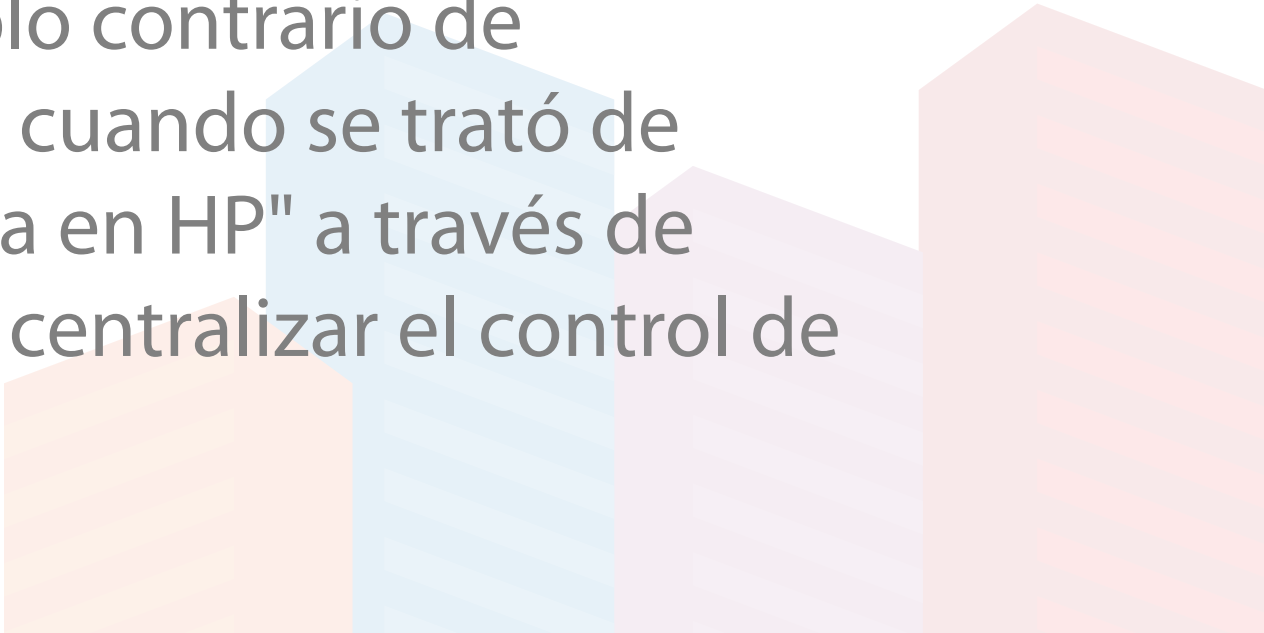
## Cultura vieja en botellas nuevas

Un extraño, lo suficientemente fuerte, acompañado por un sólido equipo de gestión, que apoye la iniciativa del nuevo líder, puede usar el mensaje para cambiar la cultura del medio empresarial.



Pone un ejemplo del nuevo Gerente de IBM que cambió los aspectos principales de cómo el negocio ha sido gestionado y cómo los empleados interactúan, cuando la empresa estaba en declive.

Pone otro ejemplo contrario de Hewlett-Packard cuando se trató de cambiar "la forma en HP" a través de movimientos de centralizar el control de gestión interna.

Decorative geometric shapes in the bottom right corner, including a light blue hexagon, a light purple hexagon, and a light red hexagon, all with a subtle gradient and a slight 3D effect.

## Cambio de la Cultura Corporativa

La comprensión de cómo producir cambios en los efectos de un medio es clave para cambiar una cultura corporativa en un tiempo relativamente corto.

.



## Cuando las culturas chocan

Imaginen el caos que se produce cuando dos empresas con culturas distintas se integran: **Chocan.**

Con respecto a tales choques culturales, podemos identificar tres resultados posibles:

.

- 1 La primera y más común es la del "vencedor vencido". Por lo general se impone la cultura de la empresa más grande.
- 2 La segunda es que entre las dos surja una nueva cultura.
- 3 La tercera es el fracaso de la gestión.



## El diseño de un negocio desde la base

Cada empresa evoluciona de forma exclusiva. Sus ofertas se desarrollarán de tal de manera que tendrá características únicas o enfoques para la gestión de un mercado.

Efectivamente, cada empresa va a hacer algo diferente.

Sin embargo, en la realidad empresarial este no es el caso. Las empresas tienden a moverse en líneas paralelas a causa de una artificial, a menudo auto-impuesta, en un terreno común.

El pensamiento de McLuhan se aplica en el contexto de desarrollo de negocios, el equipo de gestión de la empresa puede descubrir nuevas alternativas y enfoques a los mercados existentes.

## Advertencia: Pensando en el Futuro

Una vez que una empresa se establece y se mueve en la fase de crecimiento sostenible de su existencia, sus directivos tienden a centrarse en hacer crecer el negocio a través de productos nuevos o ampliados



Entre las empresas más grandes estrategias de negocios tienen la responsabilidad de tener en cuenta las previsiones de las condiciones macro-económicas y sociales, y traerlos a la luz.

Estas Previsiones se utilizan para determinar los escenarios adecuados que podrían afectar el crecimiento de mi empresa y su viabilidad futura.

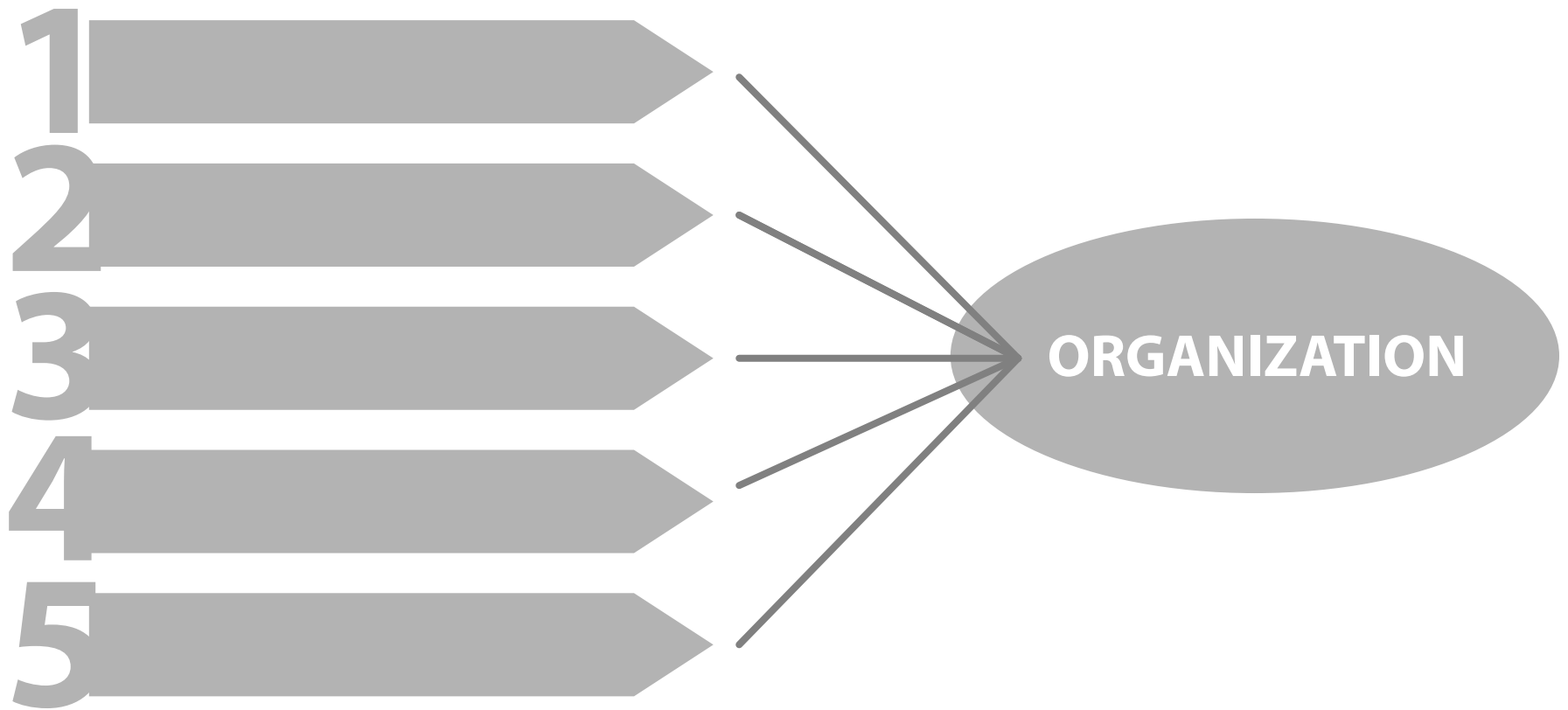
# CONNECTED INTELLIGENCE

*Rodolfo Murillo*

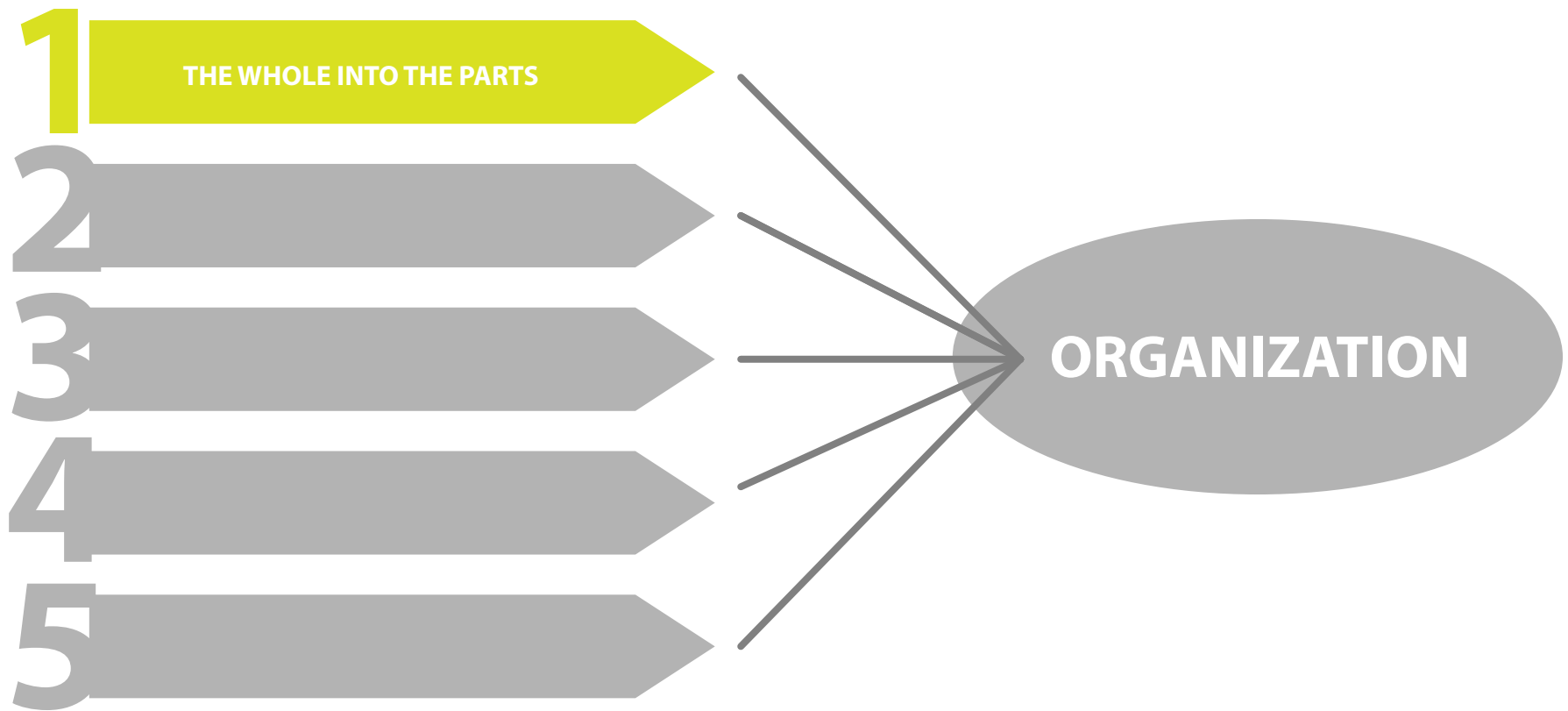
*Everardo Ramírez*



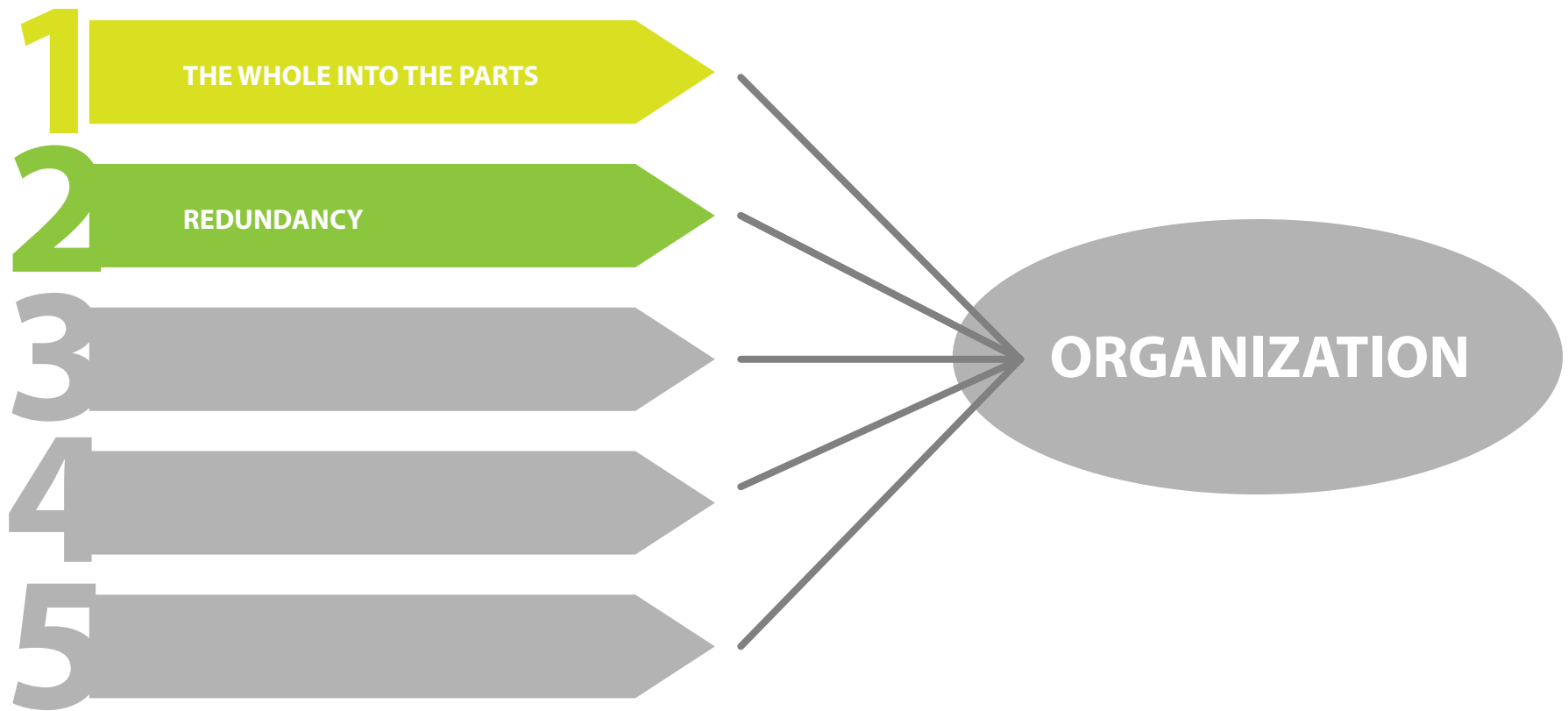
# CONNECTED INTELLIGENCE



# CONNECTED INTELLIGENCE

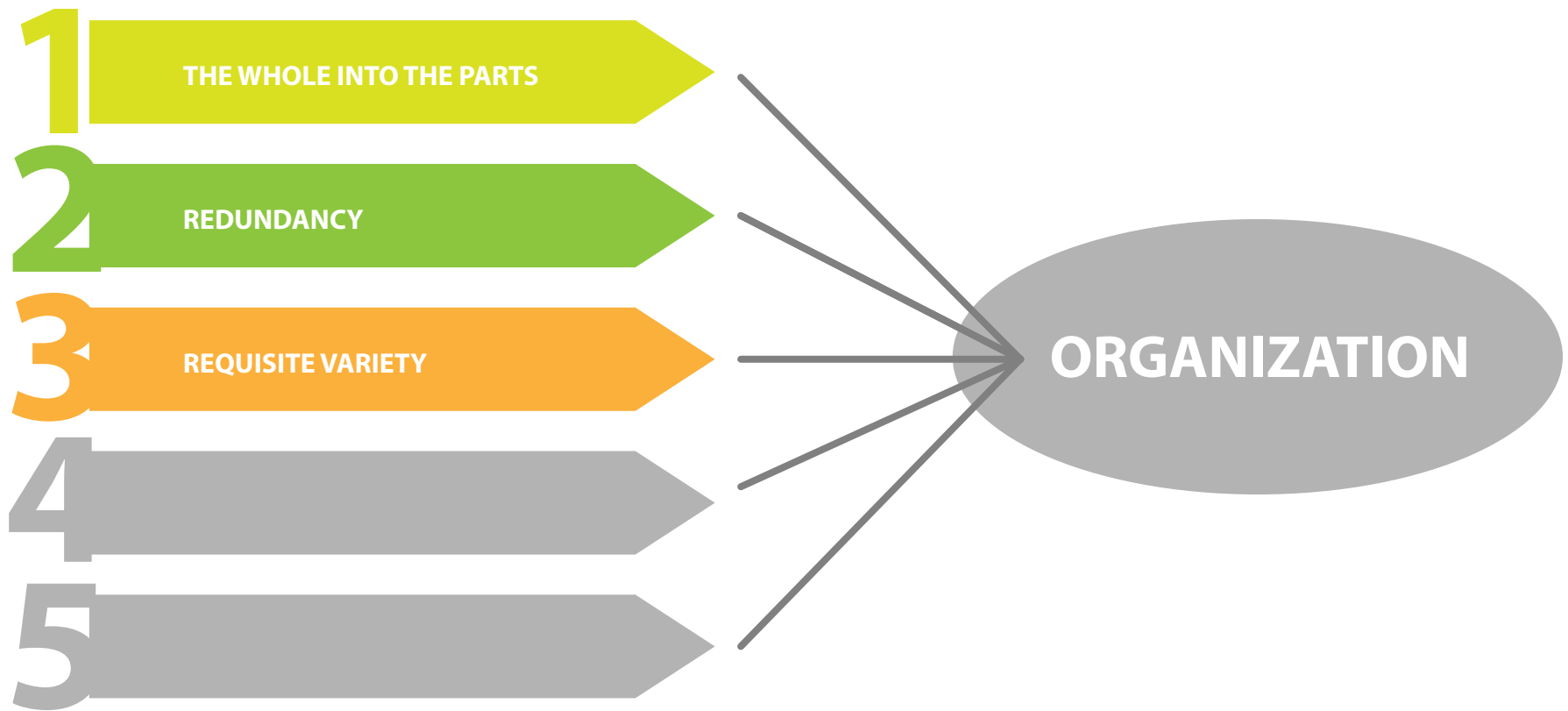


# CONNECTED INTELLIGENCE

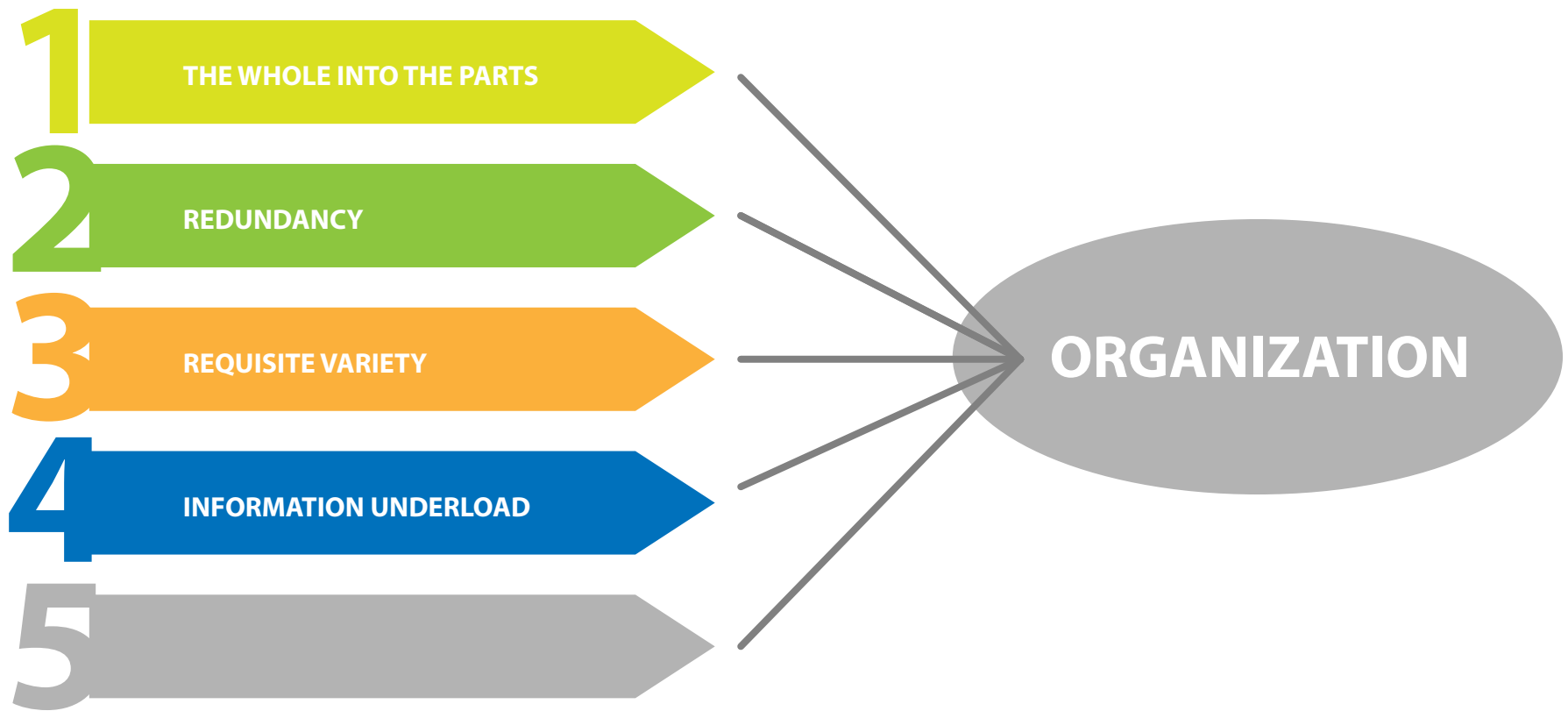




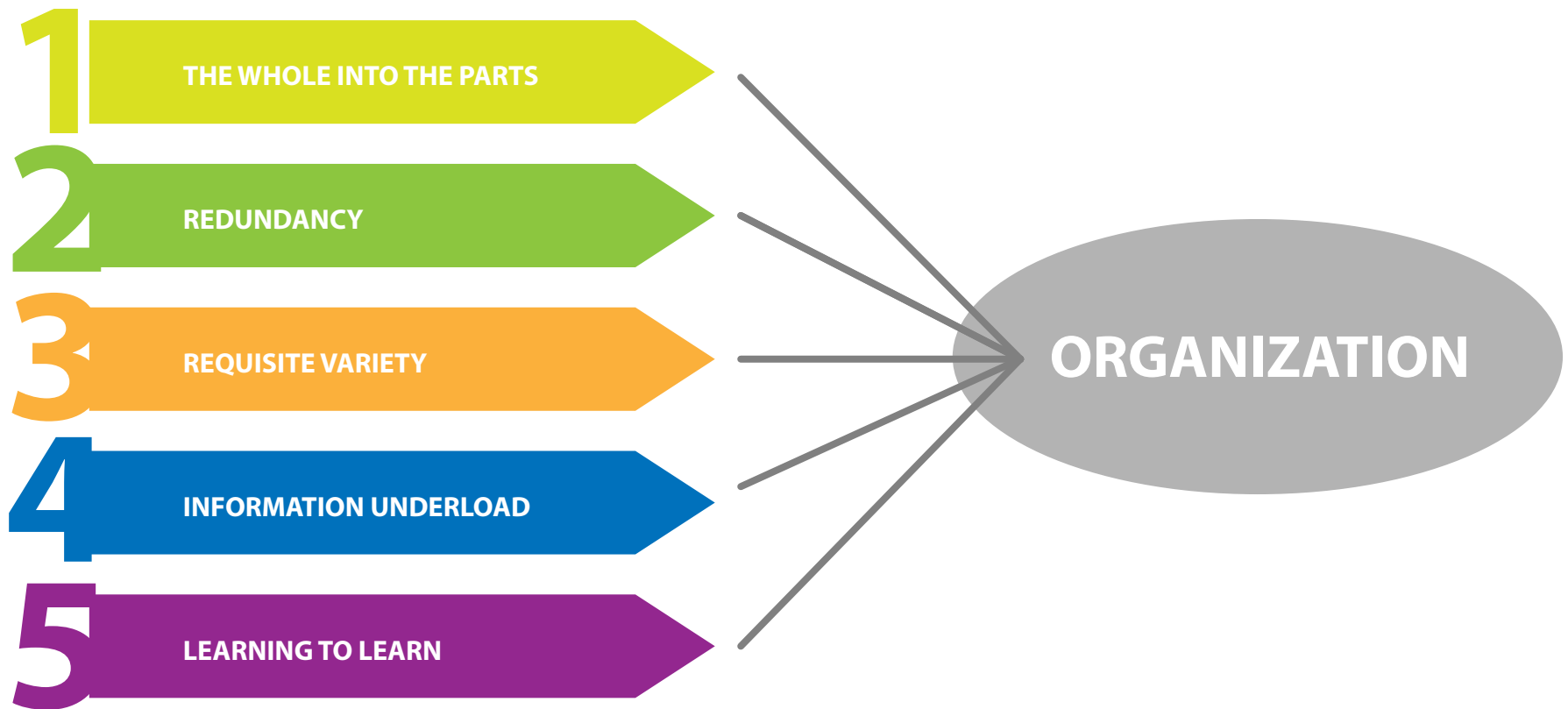
# CONNECTED INTELLIGENCE



# CONNECTED INTELLIGENCE



# CONNECTED INTELLIGENCE



# CONNECTED INTELLIGENCE

