



- Especialista en:
  - Arquitectura Empresarial
  - Mejores Prcaticas de de Negocios y modelos de referencia en Banca, Manufactura, Servicios Públicos, Retail
  - Gerencia de Proyectos (PMI, Prince2)

  - Gerencia de organizaciones Centradas en Procesos de Negocio Sistemas de Gestión y Aseguramiento (Iso 9000, Iso 20,000, Iso 27,000, Iso 12207)
  - Soluciones BPM & SOA (Con Tecnologías IBM, Oracle, BizAgi)
  - Gestión Estratégica (BSC)
  - Gestión de Asimilación del Cambio
  - Implementación de Soluciones ERP, CRM & HCM (Oracle JDE)
  - Adopción de Modelos de Mejores Prácticas y Gobernabilidad de TI (CMMi, ITIL, Cobit, SOX, eTOM)
- Ingeniero de Sistemas Cum Laude de la Universidad Industrial de Santander con especialización en Ingeniería de Software.
- Ha sido director de departamentos de tecnología informática y de sistemas de varias compañías Colombianas.
- Miembro de la Asociación Colombiana de Ingenieros de Sistemas y ha sido socio de negocios y consultor de varias firmas de Consultoría Gerencial y Tecnológica entre ellas IBM. GBM, Brown & Root Energy Services, Halliburton, Vania Technology, Oracle de Colombia, Prosistemas, Assist IT Business Solutions, Amazing Global Technologies, Avilan Santos Solutions, Soaftware Associates, ConCalidad, Heinsohn Business Technology.
- Fue durante 6 años Director de Control de Calidad de Software de la División de Sistemas Corporativos del GRUPO AVAL.
- Actualmente CEO, Gerente de Consultoría de la Firma Raginwald Consulting
- Actualmente Ceu, Gelerie de Coistatoria de la Filma Agginward Consulting
  Assor de Varias Compañías y participante en proyectos de implementación de nuevas tecnologías de las siguientes
  Empresas: CitiCOLFONDOS, ATH, ETB, CERREJON, ICONTEC, COMCEL, AV-VILLAS, SUPERINTENDENCIA DE SERVICIOS
  PUBLICOS, PRACO-DIDACOL, BANCO DE BOGOTA, BANCO POPULAR, CARULLA-VIVERO, TEXACO GAS UNIT, LABORATORIOS
  BAXTER, SECRETARIA DE HACIENDA DISTRITAL, SHELL, HOCOL, PORVENIR, LINALCA, CONGRUPO, JABONÉRIAS HADA,
  TERPEL, LASMO OIL, FEDESOFT, INCUBADORA SANTANDER, GASORIENTE, CENTRO MEDICO DANIEL PERALTA,
  SANTANDEREANA DE ACEITES, CENFER, CAMARA DE COMERCIO DE BUCARAMANOA, INDUSTRIAS WONDER.
- Profesor Invitado de Varias Universidades: ANDES, **JAVERIANA**, UIS, UNIVALLE, UNAB, USTA, UNICAUCA, UNINORTE en programas de Postgrado y Maestrías





#### **OBJETIVOS DE LA CONFERENCIA**



- Revisión de los conceptos asociados a la Naturaleza de los organismos (ADN)
- Contextualizar en los principios de la generación de valor
- Sintomas y Causas de la Destrucción de Valor
- Las Metamorfosis y Las Transformaciones Organizacionales
- Gerenciando el Cambio de Naturaleza (ADN) de una Organización



#### PROPUESTA PARA APROVECHAR MEJOR ESTE ESCENARIO DE REFLEXION

- QUE ES LO QUE MAS VALOR LE GENERA A MI ORGANIZACIÓN ?
  - 1. El Modelo Negocio?
  - 2. La Estrategia?
  - 3. El Portafolio Productos y Servicios ?
  - Modelo de Financiero y de Costos ?
  - 5. Procesos de Negocio?
  - 6. El fortalecimiento de las relaciones con los Stakeholders ?
  - 7. Competencias del personal?
  - 8. La Cultura Organizacional?
  - 9. El modelo de Gobierno?
  - 10. Infraestructura Física?
  - 11. Infraestructura Informática y de Telecomunicaciones ?

- DONDE ESTA

  DESTRUYENDO

  VALOR MI

  ORGANIZACIÓN ?
  - 1. 2.
  - 2
  - 4.
  - 5.
- QUE IDEAS DE MEJORA / CAMBIO DEBERÍA EVALUAR PARA QUE MI ORGANIZACIÓN GENERE MAS VALOR
- 1. 2.
- 3.
- 4. 5.





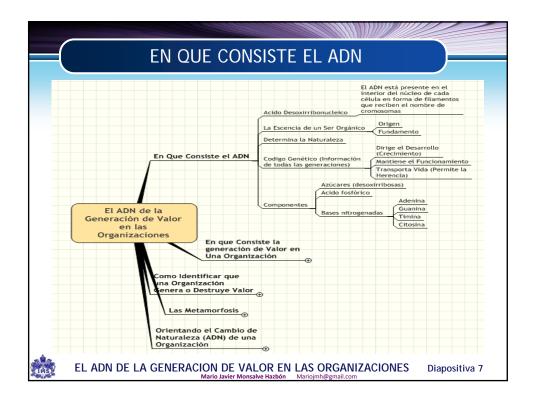
EL ADN DE LA GENERACION DE VALOR EN LAS ORGANIZACIONES

Diapositiva 5

Diapositiva 6

# Revisión de los conceptos asociados a la Naturaleza de los organismos (ADN)

EL ADN DE LA GENERACION DE VALOR EN LAS ORGANIZACIONES



#### En Que Consiste el ADN

- Es la esencia de la vida
- Es una sustancia básica de todo organismo, es el centro de la vida, el origen y posiblemente el fundamento
- ❖ ADN son las iniciales del Acido Desoxirribonucleico que la sustancia química donde se almacenan las instrucciones que dirigen el desarrollo de un huevo hasta formar un organismo adulto, que mantienen su funcionamiento y que permite la herencia.
- Es decir, el ADN es el órgano que transporta vida, es el elemento que lleva consigo el código genético, todo lo que es el ser y significa en este mundo, es decir, que determina su naturaleza. Por ejemplo cada persona tiene su propio ADN.







#### En Que Consiste el ADN

- Es una molécula de longitud gigantesca, que está formada por agregación de tres tipos de sustancias: azúcares, llamados desoxirribosas, el ácido fosfórico, y bases nitrogenadas de cuatro tipos, la adenina, la guanina, la timina y la citosina.
- ❖ El ADN está presente en el interior del núcleo de cada célula en forma de filamentos que reciben el nombre de cromosomas. Aquí es donde el ADN adquiere esa forma tan característica de doble hélice, de escalera de caracol. Por otro lado, cada cromosomas contiene varios cientos de genes.





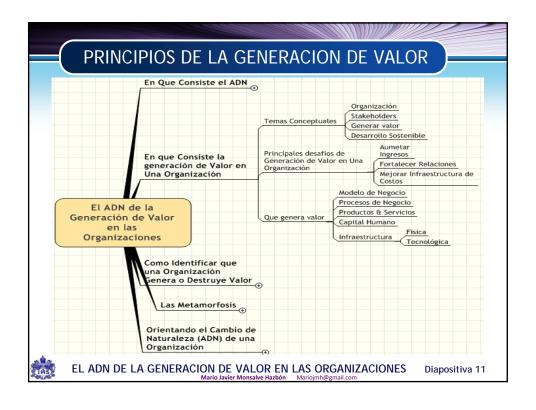
EL ADN DE LA GENERACION DE VALOR EN LAS ORGANIZACIONES

Mario Javier Monsalve Hazbón Mario jinh@gmail.com

Diapositiva 9

# Contextualizar en los principios de la generación de valor







#### LOS RETOS QUE LAS ORGANIZACIONES HISTÓRICAMENTE HAN TENIDO QUE ENFRENTAR

#### AUTOMATIZACIÓN

- Utilizar las Máquinas:
  - Para remplazar la mano de obra operativa
  - Para mejorar el rendimiento

#### CALIDAD INTEGRAL

- Buscar Hacer las Cosas Bién
- Garantizando la calidad de lo entregado al cliente
- Mejorando Procesos

#### **❖ REDISEÑO DE PROCESOS**

- Haciendo las cosas como los mejores
- Agilidad, Bajos Costos, Efectividad en los controles

#### \* REDISEÑO DEL MODELO DE NEGOCIOS (TRANSFORMACION)

- Ecosistemas Integrados y Flexibles
- Solo participar directamente en aquello que es productivo y competitivo
- Exteriorizar las funciones (Outsoucing y Alianzas)
- Esquemas de Bajos Costos Fijos
- Trazabilidad & Gobernabilidad

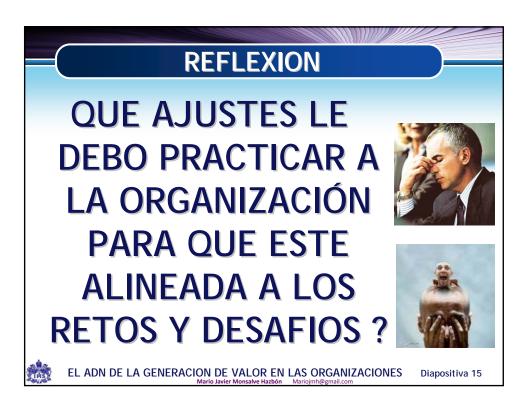
EL ADN DE LA GENERACION DE VALOR EN LAS ORGANIZACIONES

NIZACIONES Diapositiva











#### LAS ORGANIZACIONES QUE GENERAN VALOR

# INTRODUCCIÓN, CONCEPTOS Y TENDENCIAS DEL DISEÑO DE ORGANIZACIONES

#### • QUE ES UNA ORGANIZACIÓN ?

- Es un sistema (conjunto de componentes que interactúan entre sí para lograr un objetivo predeterminado)
- Una organización puede ser un grupo, negocio, empresa, un departamento



EL ADN DE LA GENERACION DE VALOR EN LAS ORGANIZACIONES

Mario Javier Monsalve Hazbón Mariojnh@gmail.com



#### **OBJETIVOS DEL SISTEMA EMPRESARIAL**

- SATISFACER LAS NECESIDADES DE SUS STAKEHOLDERS (COMUNIDAD EMPRESARIAL)
  - QUE TIPO DE NECESIDADES ?
    - FUNCION SOCIAL: FABRICAR UN PRODUCTO, PRESTAR UN SERVICIO Y SER PARTE ACTIVA DEL DESARROLLO ECONOMICO Y SOCIAL
    - GENERAR VALOR: FUNCION PRODUCTIVA DE LAS ORGANIZACIONES
- GARANTIZAR SUPERVIVENCIA (DESARROLLO SOSTENIBLE)
  - ADPATANDOSE / TRANSFORMANDOSE AL AMBIENTE CAMBIANTE
    - NUEVAS NECESIDADES, NUEVOS RECURSOS
    - NUEVAS CONDICIONES ECONOMICAS POLITICAS Y DE MERCADO
    - NUEVAS FORMAS DE HACER LAS COSAS (PROCESOS)
  - ASEGURANDO LA CALIDAD DE LO QUE HACE
    - CERTIFICANDO EL CUMPLIMIENTO DE ESPECIFICACIONES
    - MANTENIENDO UN BALANCE SOCIAL (LO JUSTO, LO HONESTO, LO PRUDENTE, LO QUE MANTENGA EL EQUILIBRIO)
    - COMPROMETIENDOSE CON MANTENER UNOS ESTANDARES INTERNACIONALES (NORMAS ISO, IFAC, Etc)



EL ADN DE LA GENERACION DE VALOR EN LAS ORGANIZACIONES



# Qué es un proceso

Existen distintas definiciones entre las cuales tenemos:

- "Organización de personas, recursos y actividades ordenadas en secuencia lógica, para lograr unos resultados determinados"
- Un proceso es un conjunto de actividades encadenadas lógicamente que toman un insumo y le agregan valor con sentido específico para un Cliente o Grupo de Interés (Stakeholder), generando así un resultado o servicio.
- En un sentido más amplio el término se refiere a cómo se hacen las cosas y no a que cosas se hacen.
- Conjunto de actividades interrelacionadas o que interactúan, que transforman entradas en salidas



EL ADN DE LA GENERACION DE VALOR EN LAS ORGANIZACIONES

Diapositiva 21

#### Tipos de Procesos

- Procesos Estratégicos: proporcionan directrices, lineamientos a los procesos claves.
- Procesos claves o fundamentales (Misionales):
- son la razón de ser en una organización, generan un impacto al cliente creando valor para éste.
- Procesos de soporte o apoyo: son aquellos que dan apoyo a los procesos fundamentales para que puedan ejecutarse





## Procesos Estratégicos:

Son los que permiten definir y desplegar las estrategias y objetivos de la organización (tienen relación directa con la visión y misión de la empresa)

#### **Ejemplos:**

- Definición de Políticas
- Planeación Estratégica (Dirección estratégica del negocio)
- Presupuestación y asignación de recursos
- Revisión de la gestión
  - Seguimiento y Análisis de Resultados



## Procesos claves o fundamentales:

Son los procesos que añaden valor al cliente o inciden directamente en su satisfacción o insatisfacción (Procesos de la cadena de Valor" o "Procesos clave del negocio" o "Procesos misionales" )

- Ejemplo:
  - Evaluación del Mercado
  - Diseño y Desarrollo de Productos y Servicios
  - Ventas
  - Producción
  - Prestación del servicio
  - Almacenamiento y entrega de producto
  - Facturación
  - Recaudo
  - Servicio al Cliente



EL ADN DE LA GENERACION DE VALOR EN LAS ORGANIZACIONES

Diapositiva 25

# Procesos de soporte o apoyo

Estos Procesos no intervienen en la visión ni misión de la empresa pero habilitan a los procesos fundamentales

- Ejemplos:
  - Contabilidad
  - Compras
  - Gestión de Inventarios
  - Gestión de Activos
  - Gestión humana
  - Gestión de tecnología de la información
  - Mantenimiento
  - Control de la documentación
  - Tecnologías de Información
  - Gestión De Calidad
  - Gestión Jurídica y Regulatoria



EL ADN DE LA GENERACION DE VALOR EN LAS ORGANIZACIONES

# CADA FUNCION DEBE CUMPLIR UN PROPOSITO DENTRO DE LA ORGANIZACION

- <u>Financiera</u>: Maneja los recursos Monetarios de una organización buscando financiar las operaciones de la misma y maximizar su rentabilidad.
- <u>Contabilidad</u>: Lleva el registro de todas las transacciones de una empresa y aplica la normatividad que la rige para brindar servicios de información que asisten la toma de decisiones
- <u>Inventarios</u>: Custodia y suministra a la organización los materiales almacenados en las bodegas.
- <u>Distribución</u>: Se encarga de hacerle entrega directa al cliente de lo negociado en las ventas
- <u>Producción</u>: Transforma con la ayuda del personal y la infraestructura física-tecnológica los insumos en productos terminados y servicios orientados a los clientes.



EL ADN DE LA GENERACION DE VALOR EN LAS ORGANIZACIONES

Diapositiva 27

#### VISION DEL PROCESO DE CONTABILIDAD

#### ❖METAMORFOSIS DE ESPEJO RETROVISOR A TABLERO DE CONTROL



















EL ADN DE LA GENERACION DE VALOR EN LAS ORGANIZACIONES

#### CADA FUNCION DEBE CUMPLIR UN PROPOSITO DENTRO DE LA ORGANIZACION

- <u>Investigación y Desarrollo</u>: Busca mejorar y renovar el portafolio de productos y servicios al cliente con la utilización de nuevas tecnologías y nuevas ideas a necesidades del mercado.
- <u>Capital Humano</u>: Selecciona, Contrata, Entrena, Forma Valores, Motiva y Evalúa el desempeño del personal.
- <u>Mantenimiento</u>: Busca garantizar las condiciones operativas y la disponibilidad de la infraestructura física y tecnológica.
- <u>Servicios Generales</u>: Presta a toda la organización los servicios básicos de aseo, mensajería, cafetería y coordinación de la utilización de la planta física.
- <u>Informática y Sistemas</u>: Administra toda la plataforma tecnológica requerida para el procesamiento de la información ( computadores, redes, telecomunicaciones, software, datos) con el fin de contribuir al desarrollo estrategico y operacional del negocio



EL ADN DE LA GENERACION DE VALOR EN LAS ORGANIZACIONES

Diapositiva 29

#### CADA FUNCION DEBE CUMPLIR UN PROPOSITO DENTRO DE LA ORGANIZACION

- Mercadeo: Busca Atraer y Mantener permanentemente al cliente/consumidor tanto potencial como el ya conocido.
- Ventas: Atiende al cliente que manifiesta su intención de compra, negocia con él y vela por la entrega de lo que él necesita.
- Inteligencia Competitiva: Monitorea el desempeño y las practicas de los competidores y complementadores
- <u>Cartera</u>: Recuperar prudentemente el dinero de las ventas a crédito
- Compras: Adquiere en las mejores condiciones comerciales los bienes y servicios que se requieren dentro de la organización.

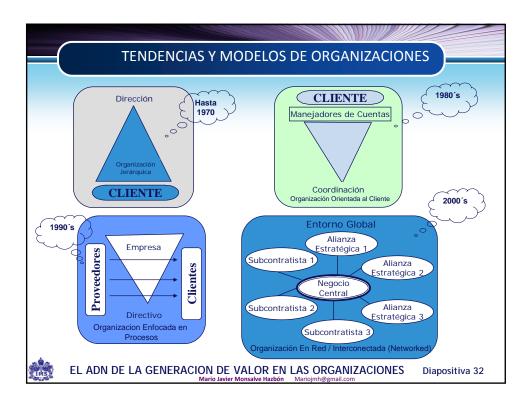


#### CADA FUNCION DEBE CUMPLIR UN PROPOSITO DENTRO DE LA ORGANIZACION

- Ambiental: Vela por la protección del medio ambiente (ecología, recursos naturales) con el que la empresa interactua.
- Servicios a la Comunidad: Busca proyectar a la empresa a la solucion de las necesidades de la comunidad que rodea a la organización, como salud comunitaria, sitios de esparcimiento, promoción cultural y desarrollo educativo de la comunidad.
- Salud Ocupacional: Vela por la protección física del personal y la disminución de los riesgos de accidentes de trabajo y enfermedades profesionales.



EL ADN DE LA GENERACION DE VALOR EN LAS ORGANIZACIONES







# LOS ELEMENTOS CARACTERISTICOS DE LA "NUEVA ECONOMIA"

- **\* ENTORNO POLÍTICO E HISTÓRICO**
- **\*** ENTORNO ECONÓMICO
- **\* ENTORNO COMERCIAL**
- **\*** ENTORNO DE SERVICIOS
- **\* ENTORNO HUMANO**
- **\*** ENTORNO TECNOLÓGICO







EL ADN DE LA GENERACION DE VALOR EN LAS ORGANIZACIONES

Diapositiva 35

# ENTORNO TECNOLÓGICO

#### CONCEPTOS

- **TECHNE**: CONOCIMIENTO PRACTICO (ADQUIRIDO CON EXPERIENCIA)
- LÓGICA: CONOCIMIENTO ORGANIZADO (CIENCIA UNIVERSAL)
- TECNOLOGÍA= TECHNE + LÓGICA
  - Conocimiento organizado para ser aplicado
  - Ciencia hecha técnica
  - Un mecanismo que permite a nuestras organizaciones cumplir su misión económica y social de una







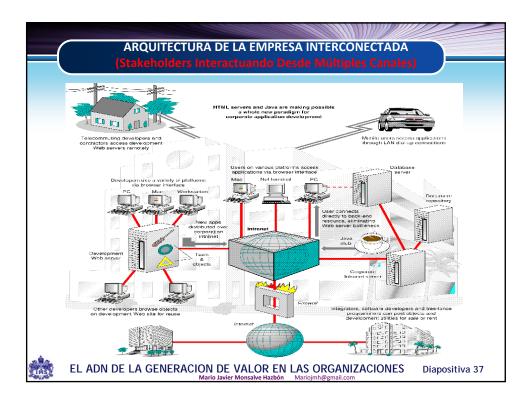






ERA	EPOCA	LA CREATIVIDAD E INNOVACION	EL CONOCIMIENTO Y LA EXPERIENCIA	EL ESFUERZO
AGRICOLA	8000 A.C	EL HOMBRE	EL HOMBRE	EL HOMBRE
ERA INDUSTRIAL	1810	EL HOMBRE	EL HOMBRE	LA TECNOLOGIA
ERA POST- INDUSTRIAL	1975	EL HOMBRE	LA TECNOLOGIA	LA TECNOLOGIA





# EL VERDADERO APORTE DE ESTA TECNOLOGIA A LA PRODUCTIVIDAD DE LOS PROCESOS EMPRESARIALES

- \* REEMPLAZAR EL ESFUERZO DEL PERSONAL Y LOS MEDIOS TRADICIONALES EN LA GESTION DE LA INFORMACION
  - Escritura, Procesamiento, Transporte, Presentación
  - Medición , Almacenamiento
- AUTOMATIZAR EL CONOCIMIENTO O LA EXPERIENCIA DEL PERSONAL (INTERNO Y EXTERNO) Y ASISTIR LA TOMA DE DECISIONES
  - Que hacer cuando ....
  - Revisar y reportar anomalías, Disparar eventos
- LIBERAR AL PERSONAL (DIRECTIVO Y OPERATIVO) PARA QUE:
  - No se deje esclavizar y/o absorber por lo que la tecnología ya puede hacer
  - Pueda desarrollar su creatividad y su innovación (lo que la tecnología no podrá hacer)
  - Pueda prestar un servicio de mejor calidad (Concentración, Dedicación, Análisis)









#### ORGANIZACIONES ORIENTADAS A LA GENERACION DE VALOR

#### GENERAR VALOR?

- SERA OTRA MODA?
- SERA OTRO TERMOMETRO PARA UN ENFERMO DE FIEBRE ?
- SIGUE PERSIGUIENDO EL MAXIMIZAR LA RIQUEZA EMPRESARIAL POR LAS VIAS TRADICIONALES?
  - USO EFICIENTE DEL CAPITAL
    - Ciudado con las deudas!
  - AUMENTAR LA PRODUCTIVIDAD EN EL USO DE RECURSOS
    - Venda mas y gaste menos!
  - OPTIMIZAR EL RENDIMIENTO DEL FLUJO DE CAJA OPOERACIONAL
    - Cobre más rápido, meiore la rotacion de los inventarios!
- **EN QUE SE BASA?** 
  - · Crecer por Crecer ?
  - Salir de los Activos Inproductivos ?
  - En la Contabilidad Tradicional ?
  - En la Visión de Negocios ?
  - Es un nuevo modelo para la toma de decisiones ?
  - Que tanta desagregación se requiere ?
- QUE IMPLICACIONES DEMANDA UTILIZAR ESTA TENDENCIA ?
  - Que tan compleja de implementar es?
  - · Cuanto cuesta la consultoria ?
  - Que garantias de exito brinda?





#### EL ADN DE LA GENERACION DE VALOR EN LAS ORGANIZACIONES

Diapositiva 39

#### Revisión De Conceptos Relacionados Con La Generación De Valor



- Son los Beneficios Producidos.
- Es el Margen de diferencia que existe entre los ingresos netos de una organización y la suma de los costos y los gastos durante un periodo de tiempo.

#### RENTABILIDAD

- Dícese de todo lo que puede ser beneficioso
- Es el porcentaje de utilidad que genera una organización con relación ya sea a las ventas, los costos, los activos, el patrimonio durante una periodo de tiempo

#### COMPETITIVIDAD

- Entendemos por competitividad a la capacidad de una organización, de mantener sistemáticamente ventajas comparativas que le permitan alcanzar, sostener y mejorar una determinada posición en el entorno socioeconómico
- Conceptos Asociados a Competitividad:
  - Competitividad significa un beneficio sostenible para su negocio.
  - Competitividad es el resultado de una mejora de calidad constante y de innovación.
  - El concepto de competitividad nos hace pensar en la idea "excelencia", o sea, con características de eficiencia y eficacia de la organización

#### VENTAJA COMPATARIVA

- La ventaja comparativa de una empresa estaría en su habilidad, recursos, conocimientos y atributos, etc., de los que dispone dicha empresa, los mismos de los que carecen sus competidores o que estos tienen en menor medida que hace posible la obtención de unos rendimientos superiores a los de aquellos.
- EFICACIA
- Hacer Lo Que Tiene Que Hacer (Lo Planeado) ٠
  - **EFICIENCIA**
  - Hacer Cada Vez Las Cosas Mejor
- **EFECTIVO** 
  - Cumplir Con Lo Planeado Y Mejorarlo (Eficiencia + Eficacia)

#### VALOR

- Es una medida cuantitativa que expresa que tanto sirve y que cualidades e importancia tienen de las cosas para las personas.
- Puede tener percepciones físicas (útil) políticas económicas (lo negociable), sociales (crecimiento) y de mercado (precio).



EL ADN DE LA GENERACION DE VALOR EN LAS ORGANIZACIONES

#### PERCEPCIONES DEL VALOR DE UNA EMPRESA OBJETIVO: Mostrar: La creación de valor desde la óptica interna y externa de la compañía (stakeholders) Apertura al cambio ❖ Fortalecer la confianza EL PROCESO DE MEDICION DE LA PERCEPCION DEL VALOR COMPROMISO DE LA ALTA **GERENCIA** IDENTIFICAR FACTORES Vision, Estrategia y Valores CRITICOS DE EXITO DE CONSULTAR A LOS VALOR PARA LOS STAKEHOLDERS **STAKEHOLDERS** ACERCA DE VALORES Y METAS DE DIALOGO CON MEJORAMIENTO LOS STAKEHOLDERS PREPARAR, VERIFICAR Y PUBLICACIÓN DE REPORTES DETERMINAR INDICADORES CLAVES OBJETIVOS, DE DESEMPEÑO Y PRESUPUESTO Y PLANES ADAPTACIÓN DE LOS MONITOREAR DESEMPEÑO DE ACCIÓN PARA SISTEMAS DE Y SATISFACCIÓN CON LOS INFORMACIÓN **MEJORAMIENTO** VALORES DE LA COMPAÑÍA EL ADN DE LA GENERACION DE VALOR EN LAS ORGANIZACIONES Diapositiva 41

# LA PRODUCTIVIDAD FUNDAMENTOS TEORICOS

#### **PRODUCTIVIDAD**

- Facultad de Producir
- Relación entre producción y los medios empleados para lograrla
- El cociente de dividir la producción tangible entre insumos tangibles
- Generar mas dinero con menos recursos
- Hacer mas con menos
- Ganar dinero hoy y en el futuro
- Una medida de salvamento para hacer competitivas a las empresas
- Es el dinero generado, no la eficiencia de uno u otro proceso

#### **INGRESOS REALES**

PRODUCTIVIDAD = -----

(COSTOS +GASTOS + INVENTARIOS)



#### **PORQUE GERENCIAR LA PRODUCTIVIDAD**

Generación de Valor

#### NORMALMENTE SE GERENCIA

- LA GENTE (PERSONAL)
- EL DINERO (FINANZAS)
- LOS CLIENTES (MERCADEO, VENTAS, COMERCIO)
- LOS PROVEEDORES (COMPRAS E IMPORTACIONES)
- LOS BIENES (PROPIEDADES, EQUIPOS, TECNOLOGIA)

#### MUY RARA VEZ SE GERENCIA

- LA COMUNIDAD
- EL MEDIO AMBIENTE
- LA PRODUCTIVIDAD
- LA COMPETITIVIDAD

#### ❖ POR QUE ?

- NO VALE LA PENA!, ESTAMOS BIEN!
- NO SE SABE COMO!
- NO ES FACIL!
- SE CREE QUE SI LA EMPRESA DIO BUENOS RESULTADOS HASTA EL AÑO PASADO LO MAS LOGICO ES QUE LAS MISMAS PRACTICAS SIGAN DANDO BUENOS RESULTADOS
- ESO ES ALGO PARA LAS EMPRESAS MULTINACIONALES



EL ADN DE LA GENERACION DE VALOR EN LAS ORGANIZACIONES

Diapositiva 43



# Síntomas y Causas de la Destrucción de Valor



#### REFLEXION

- QUE SINTOMAS DE DESTRUCCION \* DE VALOR SE ESTAN
  MANIFESTANDO EN LA
  ORGANIZACIÓN A LA CUAL USTED PERTENECE ?
  - Niveles de Insatisfacción de sus Stakeholders
    - 1. Clientes
    - 2. Accionistas
    - 3. Empleados
    - 4. Aliados de Negocios
    - 5. Proveedores
  - Métricas (Indicadores de Desempeño)
    - 1. Rentabilidad
    - 2 FRITDA
  - Posición Competitiva

    - 2.

- CUALES DE LAS SIGUIENTES CAUSAS SON LAS QUE CARACTERIZAN LA NATURALEZA "ADN" DE DESTRUCCION DE VALOR ?
  - 1. Carencia de un modelo estratégico
  - 2. Diseño Inapropiado del Modelo de Negocio
  - 3. Debilidades en el liderazgo
  - 4. Inmadurez para gestionar proyectos
  - 5. Portafolio de productos y servicios obsoletos
  - 6. Procesos de negocio que no garantizan la generación de valor
  - 7. Competencias insuficientes del personal
  - 8. Subutilización y/o Sobrecarga del Capital Humano
  - 9. Cadena de abastecimiento que tolera sobrecostos y altos niveles de desperdicio
  - 10. No capitalización de las nuevas tecnologías
  - 11. Incipientes modelos de gobernabilidad, aseguramiento y control



EL ADN DE LA GENERACION DE VALOR EN LAS ORGANIZACIONES

Diapositiva 45

# Las Metamorfosis y Las **Transformaciones** Organizacionales





#### LAS TRASNFORMACIONES HORMONALES

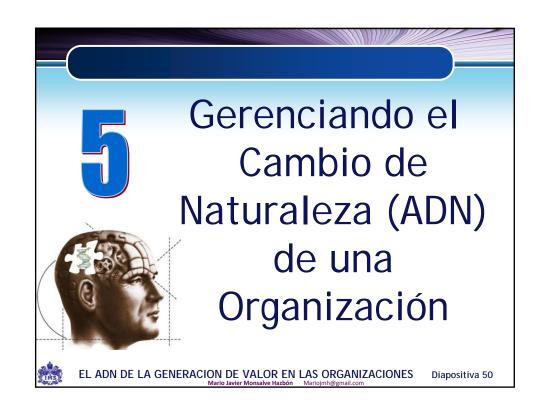
- LAS MUDAS, O REPLUMES EN LAS AVES
- ❖ AISLAMIENTO, DESPRENDERSE DE SU "ROPAJE" Y SUS VIEJOS MEDIOS DE SUPERVIVENCIA PARA DAR PASO A LOS NUEVOS
- ❖ EL REJUVENECIMIENTO DEL SISTEMA REPRODUCTOR
- AUMENTAR SU VIDA PRODUCTIVA

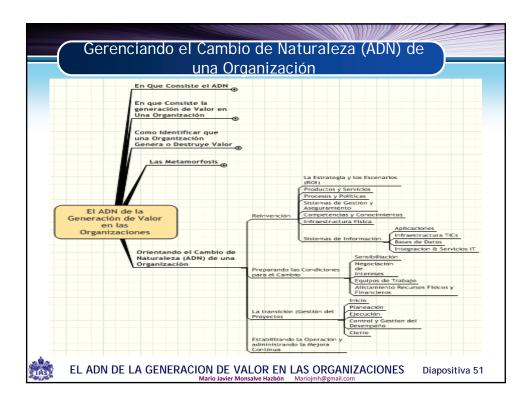














# ECUACION DE LA GERENRACION DE VALOR

**NUEVA NUEVAS** 

**PERSONAL** ARQUITECTURA + TECNOLOGIAS + COMPETENTE CON LA **ACTITUD ADECUADA Y ALINEADA A LAS** 

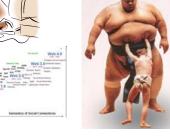
**METAS DEL NEGOCIO** 

**ORGANIZACIÓN =** MAS EFECTIVA

















EL ADN DE LA GENERACION DE VALOR EN LAS ORGANIZACIONES

Diapositiva 53

#### FRENTES DE TRABAJO EN LAS ESTRATEGIAS DE GENERACION DE VALOR

- ❖ La Estrategia y los Escenarios de Negocio
- Modelo Gerencial y de Liderazgo
- Productos y Servicios
- Procesos y Políticas
- Sistemas de Gestión y Aseguramiento
- Competencias y Conocimientos
- Infraestructura Física
- Infraestructura de TICs
  - Aplicaciones
  - Integracion & Servicios IT
  - Bases de Datos
  - Centros de Datos
  - Redes de telecomunicaciones



EL ADN DE LA GENERACION DE VALOR EN LAS ORGANIZACIONES

