

BOOK REVIEW E BUSINESS INSTITUTE

Titulo	Funky Business. El Talento Mueve al Capital
Autor (es)	Jonas Ridderstrale, Kjell Nordstrom
Editorial y fecha	Prentice Hall, 2000, 255 páginas

Revisor del Libro: **Sergio I. Melnick**, Ph.D.

Rating otorgado: ★★★★★  decididamente recomendado, vale la pena tenerlo en su biblioteca

Una frase para este libro

Un excelente viaje por la naturaleza del ambiente de negocios actuales y sus desafíos principales. Es motivante, es muy acertado en el diagnóstico, y tiene todo lo que debemos saber de los componentes actuales del problema empresarial. Rico en ideas y conceptos. Muchísimas frases citables. Pero no encontrará buenas herramientas para las respuestas, los autores sostienen que se diseñan caso a caso. Es una MUY BUENA síntesis de los temas de la nueva economía, y muy, muy amigable para el lector. Le encantará. Vale la pena tenerlo en la biblioteca personal.

LOS CONTENIDOS

¿Cuál es la naturaleza de los negocios y la estrategia donde ya se ha iniciado la revolución del conocimiento distribuido, en una realidad globalizada? Ese es el tema de Funky, que es la respuesta que proponen los autores. "El éxito depende de saber explotar lo desconocido y acertar"

Dicen los autores, "... en el futuro habrá dos tipos de empresas, la rápidas y las muertas". El conocimiento que es la base de valor, se obsoleta rápidamente y pierde valor. La empresa flexible y adaptativa (es decir que sabe aprender), es la clave. "La empresa burocrática ha muerto". Los líderes Funky inventan y transmiten historias.

Frases para el bronce

"Karl Marx tenía razón" pp24.

"El principal medio de producción es pequeño, gris, y pesa alrededor de 1300 gramos. Se trata del cerebro humano" pp 26

"... en una revolución, se tira el libro de normas" pp31

"Organizar es el arte de lograr que gente ordinaria haga cosas extraordinarias" pp 38

"En la actualidad, un auto medio tiene más sistemas informáticos que la Apolo que llevó al primer hombre a la luna" pp

51

Otras publicaciones o datos del autor del libro

[Global Innovation: Managing International Innovation Projects at Abb and Electrolux \(Institute of International Business\)](#)
by Jonas Ridderstrale

Ideas novedosas o de interés

"Funky" = negocios sorprendentes, inusuales, diferentes, impredecibles. 70% del valor de un auto nuevo se basa en lo intangible.

En lugar de 500 cadenas de TV tendremos millones de páginas Web. Productos y servicios ya no se distinguen entre sí.

En la ecuación de valor hay cada vez menos materia y más información. Integración virtual de empresas. La "info-estructura" o sistema nervioso de la empresa.

La "empresa desechable". En la abundancia, la competencia es para llamar la atención.

Sustituir inventario por información.

Las industrias se confunden. "Producto" la mezcla de consumo y producto.

"Los componentes esenciales (personas)".

El escenario competitivo de la sociedad de la abundancia.

Vendemos tiempo y talento. El Jefe ha muerto. El puesto de trabajo ha muerto. La gestión a través de los números ha pasado a la historia. No existe una teoría única capaz de guiarnos. La tecnología marca el ritmo. El software pesa más que el hardware. La cadena de distribución digital trabaja en tiempo real. El "mestizaje" cultural se impone. Todos competimos con todos. La innovación es el producto. La filiación *ad. eternum* ha muerto. Las viejas certidumbres han desaparecido, el caos ha vuelto. Estamos en una sociedad de excesos materiales. Los precios se fijan en tiempo real, segundo a segundo. Las industrias se confunden. Global no significa necesariamente grande. Los límites legales se pierden, lo que cuenta son los límites operacionales. Todo debe ser personalizado. La estrategia competitiva no sirve para nada, se necesitan estrategias "sensacionales".

En relación a los **empleados**, "tenemos que encontrar nuevas formas de motivarlos, evaluarlos, premiarlos, formarlos, inspirarlos, y dirigirlos". Deben pasar del "debo" al "quiero". La gente ya no corre a la mínima señal de atención. La gente contrata a las personas y no viceversa. Cuando la gente tiene el poder, la intimidación y las amenazas no funcionan. Si quiere atraer a los mejores, tendrá que seguir preparándolos. Trate a los empleados como si fueran voluntarios.

El conocimiento que sirve es aquel que puede ser implementado en sistemas de información.

Las siete características de la empresa Funky:

1. **Más pequeña**, más creativa, más rápida,
2. **Más plana**, para mejorar el tiempo entre problema y solución, para ir de la visión a la acción,
3. **Temporal**, es decir trabaja por proyectos y en grupos, los empleados tienen varios empleos (se parecen a los actores),
4. **Horizontal**, mezclar cosas de distintas partes de la red y de recursos externos para crear nuevas ofertas comerciales,
5. **Circular**, tiene que ver con la "democracia empresarial" condición necesaria para la rapidez. Cuando tenemos un ángulo de visión de 360°, la capacidad de autoorganización aumenta de manera espectacular,
6. **Abierta**, a valores externos, a cooperación con clientes y competidores, a alianzas, a nuevos socios,
7. **Medición**, hay que medir cosas nuevas, en distintos niveles, con otras frecuencias (la mente

Mas frases que rescatar...

"... todos nos estamos volviendo individuos catalogables" pp 55

"La Nación ya no es un elemento de análisis relevante" pp61

"Tenemos demasiado y el problema es que seguimos pidiendo más" pp84

"El tiempo es la nueva religión de nuestra época" pp 93

"Los clientes leales son el botín de las guerras de información" pp98

"La nueva moneda estable es la información" pp 102

"La próxima vez que escuche la palabra sinergia eche a correr" pp141

"Todo lo que pueda ser digital, acabará siéndolo" pp 169 "La distinción entre aprender, trabajar y vivir la desaparecido" pp 210,

"Al final lo que importan son las personas, no las estrategias" pp211

"El poder consiste (y siempre ha sido a sí) en proporcionar sueños a la gente" pp224

"Ahora todo es cuestión de inteligencia y de intangibles" pp 224

"La normalidad no conduce a ninguna parte" pp231

"Los negocios Funky son como la lotería. Si participa hay un 99% de posibilidades de perder. Pero, por otro lado, si no juega, las posibilidades de perder son 100%" pp 254

de la empresa y clientes, conocimiento de competidores, y proveedores, innovación, aportes generales al conocimiento, ecología, etc.). Nuevas definiciones de metas.

El **líder** Funky: " ... encienda la fogata, reúna a la tribu y empiece a contar y a predicar con el ejemplo. Elévenos al lugar que nos corresponde" pp 201. Permita el error que lleva en si la innovación.

Para los **clientes** hay que generar la "economía del alma", producir la experiencia integral, única, individual. Estos quieren encontrar su satisfacción emocional. Para aprovechar las economías del alma, lo primero es entenderse a si mismo.

Las estrategias "sensacionales" que requiere Funky, se basan en la (1) ética, (2) la estética propia, y (3) la diferenciación. En Funky, el desafío es ser diferente TODO el tiempo. Ser diferente siempre es ser UNICO. Eso depende de las ideas y estas están por ahora en las personas. En la era de la abundancia, la novedad dura poco. Es la era de la innovación INFINITA. "En un mundo donde el ganador se lleva todo, normal = nada".

El futuro pertenece, según los autores, a los atrevidos. "Personas y empresas del mundo: ¡Rebelaos!"

Un libro que ha hecho historia y que vale la pena leer y tener, que le dará buenas ideas, e inspiración, pero no buenas guías de cómo hacerlo en la práctica.