



Alianzas

GRUPO DE MEJORA EN LINEAMADRID

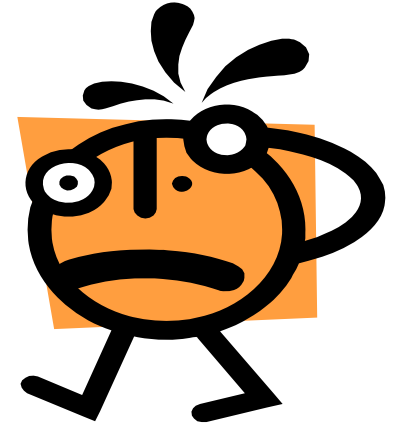


“al menos eso creemos”
(anónimo)

Líneamadrid

No había un entregable...eran dos

Alianzas



-ANÁLISIS para puesta en marcha del comité de innovación de la UTE

-GUÍA METODOLÓGICA para formalización de alianzas

Nos inspiramos donde pudimos...



TEAMWORK

Large ambitious goals usually require that people work together.

Navegamos ...

Estudiamos lo que pudimos...



Trabajamos en equipo...



Tomamos alguna curva juntos

Y recorrimos nuestro camino



Partimos de : PROCESO EFQM y su DIAGNÓSTICO

PUNTOS DÉBILES

CRITERIO 4. ALIANZAS Y RECURSOS

-No hay evidencias de una **metodología para la gestión de las alianzas**, en cuanto a la identificación de competencias, el estudio de compatibilidad de las culturas organizacionales, y la realización de grupos de trabajo conjuntos para el aprovechamiento de posibles sinergias.

-No hay evidencia clara de la existencia de un plan o línea estratégica relacionada con la **tecnología actual y futura de LINEAMADRID**.

-No hay evidencia de **evaluación de las nuevas tecnologías** implantadas en LINEAMADRID



Nuestro primer entregable

**-análisis para puesta en marcha
del comité de innovación de la ute**



¿por qué innovar? ¿brindis al sol?

¡CUESTIÓN DE SUPERVIVENCIA!



El **dilema que enfrentamos** es que...

...nos educaron
para un mundo
**estático, local y
predecible...**

...y nos tenemos
que mover en
otro **dinámico,
global e incierto**



Todas las organizaciones viven siempre en evolución...subiendo; o en involución...bajando

Adaptarse al futuro: Una constante de los seres humanos

- El futuro en las estrellas*
- Rituales primitivos*
- El oráculo de DELFOS*
- El don de la profecía*
- Nostradamus*
- Videntes y horóscopos*



Y es importante hacerlo bien...

- **“LA FOTOGRAFIA NO ES UN VALOR COMERCIAL”**
Thomas Edison c. 1880
- **“YO CREO QUE EXISTE UN MERCADO MUNDIAL PARA NO MAS DE 5 ORDENADORES ”**
Thomas J. Watson, Chairman of IBM, 1943
- **“TODO LO QUE PUEDE SER INVENTADO YA HA SIDO INVENTADO”**
Charles Duell, Commissioner US Office of Patents, 1899



Y es importante para nosotros...



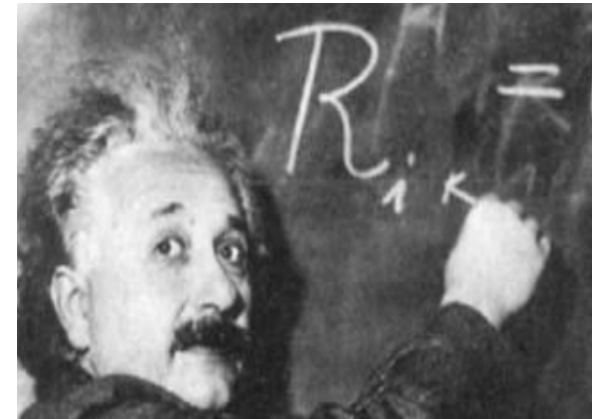
- todos los días atendemos Gijón
- gestiones acabadas
- contando el tiempo
- 13 aplicaciones a la vez
- en red (internet-intranet)
- restricción Presupuesto



¡TECNOLOGÍA, INNOVACIÓN...!



Los CEOs ven la necesidad de sembrar la creatividad en toda la organización en lugar de separar a los “creativos” en departamentos. **Para beneficiarse de las diversas ideas que los empleados pueden aportar**, las empresas sobresalientes *promueven una* mentalidad nueva, dispuesta a cuestionarlo todo. Invitan a los empleados de todos los niveles a poner a prueba cualquier supuesto y **analizar “la forma en la que siempre se han hecho las cosas”**.



La mejor definición de locura es hacer la misma cosa una y otra vez y esperar diferentes resultados.
Albert Einstein



Los elementos de la Innovación

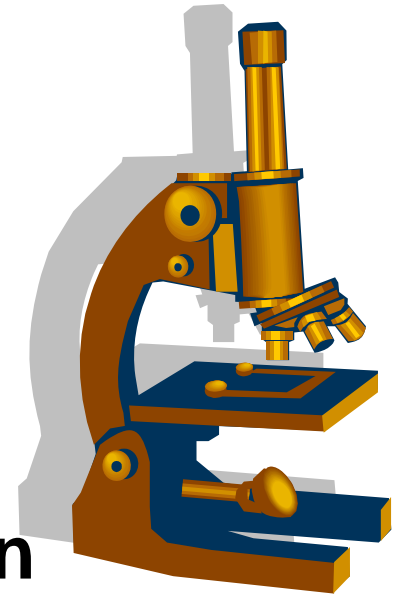


Y CREERLO...

El proceso de la Innovación



Propuesta puesta
en marcha “Comité
de Innovación”



- 1. Objetivos del Comité de Innovación**
- 2. Valores del Comité de Innovación**
- 3. Planificación para su Implantación**
- 4. Integrantes del Comité de Innovación.**
- 5. Características de las mejoras.**
- 6. Procesos internos del Comité de Innovación.**
- 7. Sistemas de Premios.**
- 8. Comunicación .**

CREACIÓN COMITÉ DE INNOVACIÓN

1. Objetivo de la creación de un Comité de Innovación

"GENERAR IDEAS QUE PERMITAN UNA MEJORA CONTINUA"

Visión: Conseguir estar a la vanguardia tecnológica y procesos en el servicio

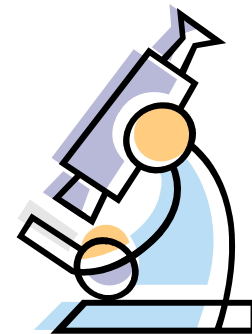
Misión: Ser un referente de los servicios de Atención al Ciudadano

Nuestro análisis

1-Objetivos

(R 1-1) la actividad del Comité (**sólo con personal de la UTE**) debería incluir los siguientes aspectos:

- **GENERACIÓN, PROPIAMENTE DICHA, DE IDEAS**
- **CAUCE DE PROPUESTAS**
- **FILTRO Y PROPUESTA FINAL**
- **DOCUMENTACIÓN DEL PROCESO**



2-Valores

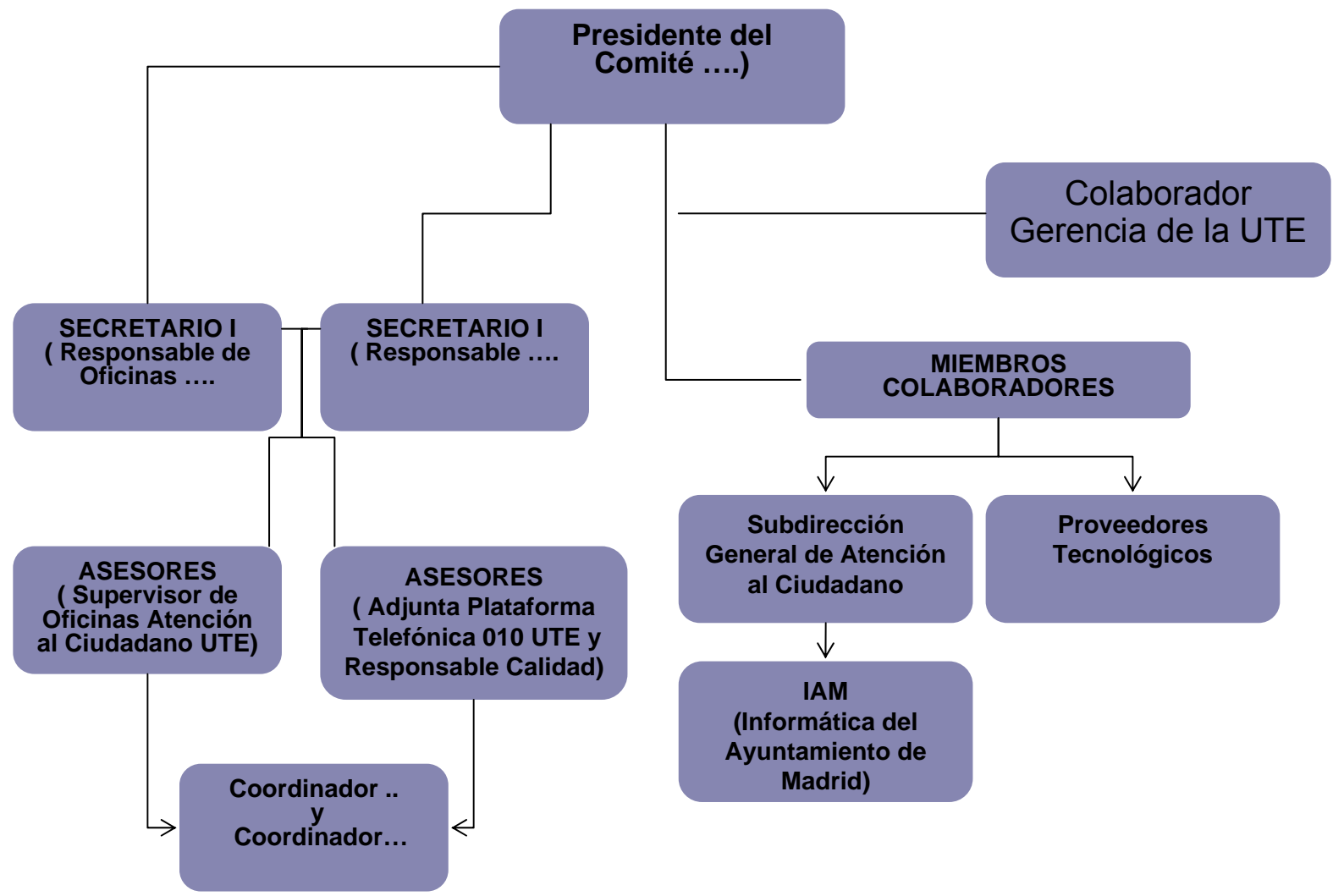
La Visión, Misión y Valores del Comité:

***EN CONSONANCIA** con V, M y V de Líneamadrid

***ALINEADOS** con estrategia Ayuntamiento y LM (R 2-1).

I- CREACIÓN COMITÉ DE INNOVACIÓN...

4.1 Organigrama



Nuestro análisis



- 3-Integrantes
- **(R 3-1)** que el **ORGANIGRAMA SEA LO MÁS PLANO POSIBLE**, evitándose las ineficiencias que puedan derivarse de organizaciones muy piramidales aunque esto queda a juicio de la UTE (pues debe ser sólo su personal) **MAS PIRÁMIDE-MENOS MOVILIDAD IDEAS**
- **(R 3-2)** Comité **DISEÑADO A LA LUZ DE NORMATIVAS ESPECÍFICAS (ej. UNE 166002)**, que permiten asegurar una sistematización en su diseño y la **ORIENTACIÓN A LA INNOVACIÓN.**

4-Características de las mejoras



- (R-4-1) **CONCEPTO DE MEJORA SEA UNIVERSAL**: en procesos, en “productos”, en tecnologías, etc. (tiempos)
- (R-4-2) **TODAS LAS MEJORAS INTEGRABLES EN LOS PROTOCOLOS EXISTENTES** o en modificaciones abordables de los mismos
- (R-4-3) **BUENA DOCUMENTACIÓN** de todo el proceso: Control+ No repetir estériles+ proyectos durmientes
- (R-4-4) **INNOVACIÓN DIRIGIDA TAMBIÉN**: sugerencias como tema de partida por la propia dirección de LM.



5-Procedimientos del comité de innovación

(R 5-1) **Motivar participación**

de toda la UTE (buenos premios...)

Conocimiento compartido y accesible:

todos iguales-jerarquía “asesina”-filtros

Movilidad del conocimiento en la UTE:

no “sumideros” de ideas: la salsa bien trabada

(R 5-2) **Personal UTE formación en innovación:**

-sensibles a necesidad innovar +peligros no hacerlo

-desmitifiquen: accesible, posible, cotidiano

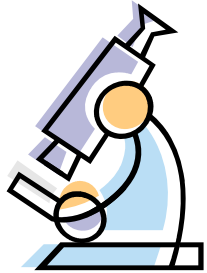
-innovar es más un problema de actitud que de aptitud

-conozcan y comprendan la existencia del Comité:

¿cómo participo? ¿qué gano?...

5-Procedimientos del comité de innovación

(R 5-3) **“VIGILANCIA TECNOLÓGICA”**: ENTORNO
es imprescindible que el Comité la tenga
como una actividad esencial



(R-5-4) **NO DESCARTAR AUTOMÁTICAMENTE IDEAS
POR COSTE ASOCIADO**
proyectos durmientes-búsqueda subvenciones

(R 5-5) **COMITÉ DEBE ASEGURAR FUNCIONAMIENTO**
sencillo y bien conocido: correo, coordinadores...

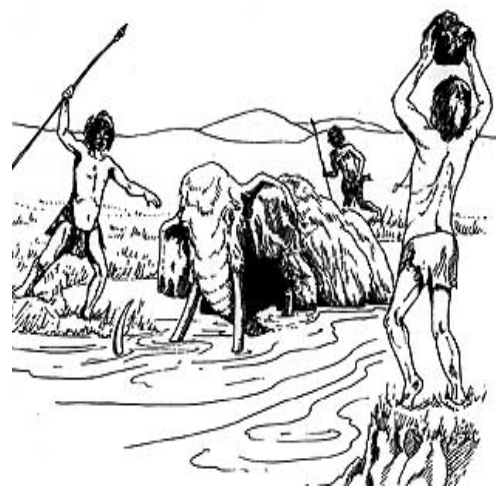
(R 5-6) **FILTRADO DE IDEAS**:
la simulación y el contraste de ideas por debate

Nuestro segundo entregable

GUÍA metodológica para formalización de alianzas



¿por qué aliarse? ¿es una moda?

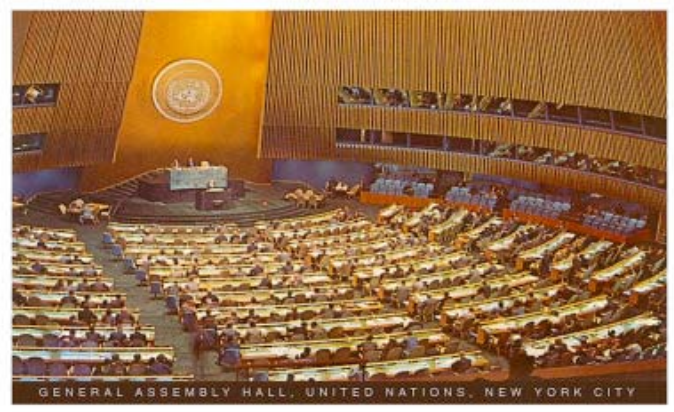


La idea es muy antigua

1+1>2



Está en todas partes...



WIKIPEDIA

<p>English The Free Encyclopedia 500 000+ articles</p>	<p>Deutsch Die freie Enzyklopädie 215 000+ Artikel</p>
<p>???</p> <p>???????</p> <p>105 000+ ??</p>	<p>Français L'encyclopédie libre 90 000+ articles</p>
<p>Svenska Den fria encyklopedin 67 000+ artiklar</p>	<p>Polski Wolna Encyklopedia 60 000+ haseł</p>
<p>Nederlands De vrije encyclopedie 60 000+ artikelen</p>	<p>Español La enciclopedia libre 44 000+ artículos</p>
<p>Italiano L'enciclopedia libera 37 000+ articoli</p>	<p>Português A enciclopédia livre 34 000+ artigos</p>

search / suche / ??? / rechercher / s?k / szuka? / zoeken / buscar /
ricerca / busca

Alianza

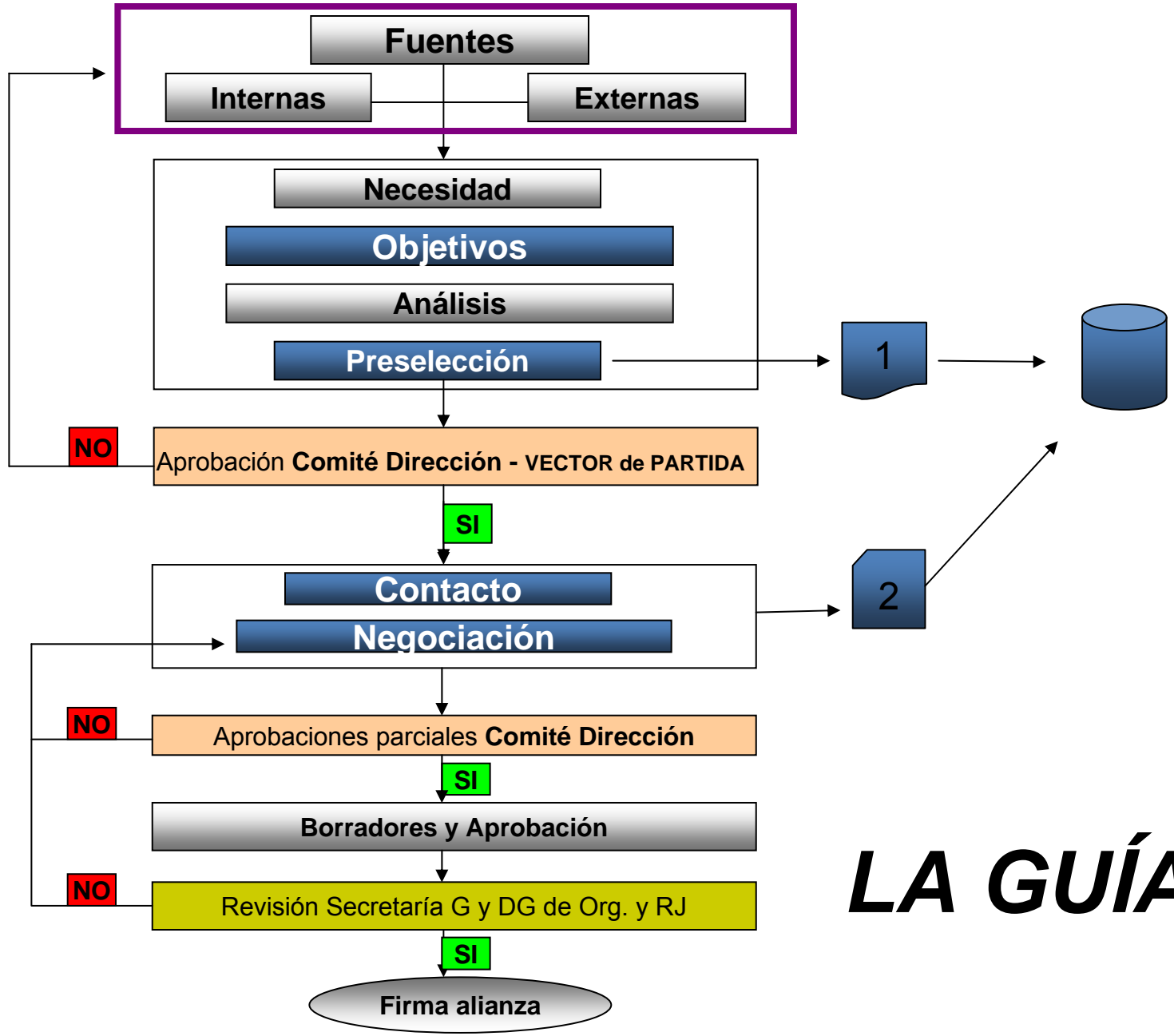


Conjunto de compromisos formales y expresos realizados entre LM y otras organizaciones para aprovechar sinergias y obtener mutuos beneficios estableciendo objetivos comunes, compartiendo esfuerzos, experiencia y conocimiento y gestionando los recursos de manera coordinada.

ELEMENTOS:

OBJETIVOS
COMPROMISOS FORMALES
OTRAS ORGANIZACIONES
BENEFICIO MUTUO
CREACIÓN DE VALOR
SINERGIA
GESTIÓN COORDINADA





LA GUÍA

LOS OBJETIVOS





LOS POSIBLES SOCIOS



¿HAY ALGUIEN AHÍ?



Lo que tenemos de salida



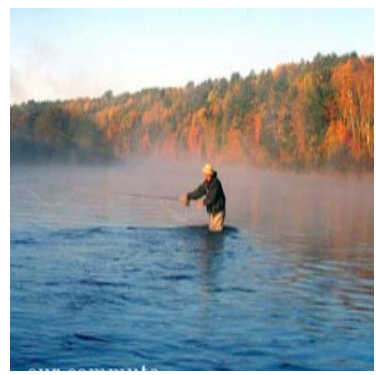
Donde queremos llegar

HOLA SOY LM
¿HAY ALGUIEN?

¿dónde buscamos?

la RED, las REDES SOCIALES, las MEMORIAS ANUALES...
Pero también PRENSA, CONGRESOS, ETC. **¡CONTRASTE!**

¡¡ SIN IDEAS PRECONCEBIDAS!!

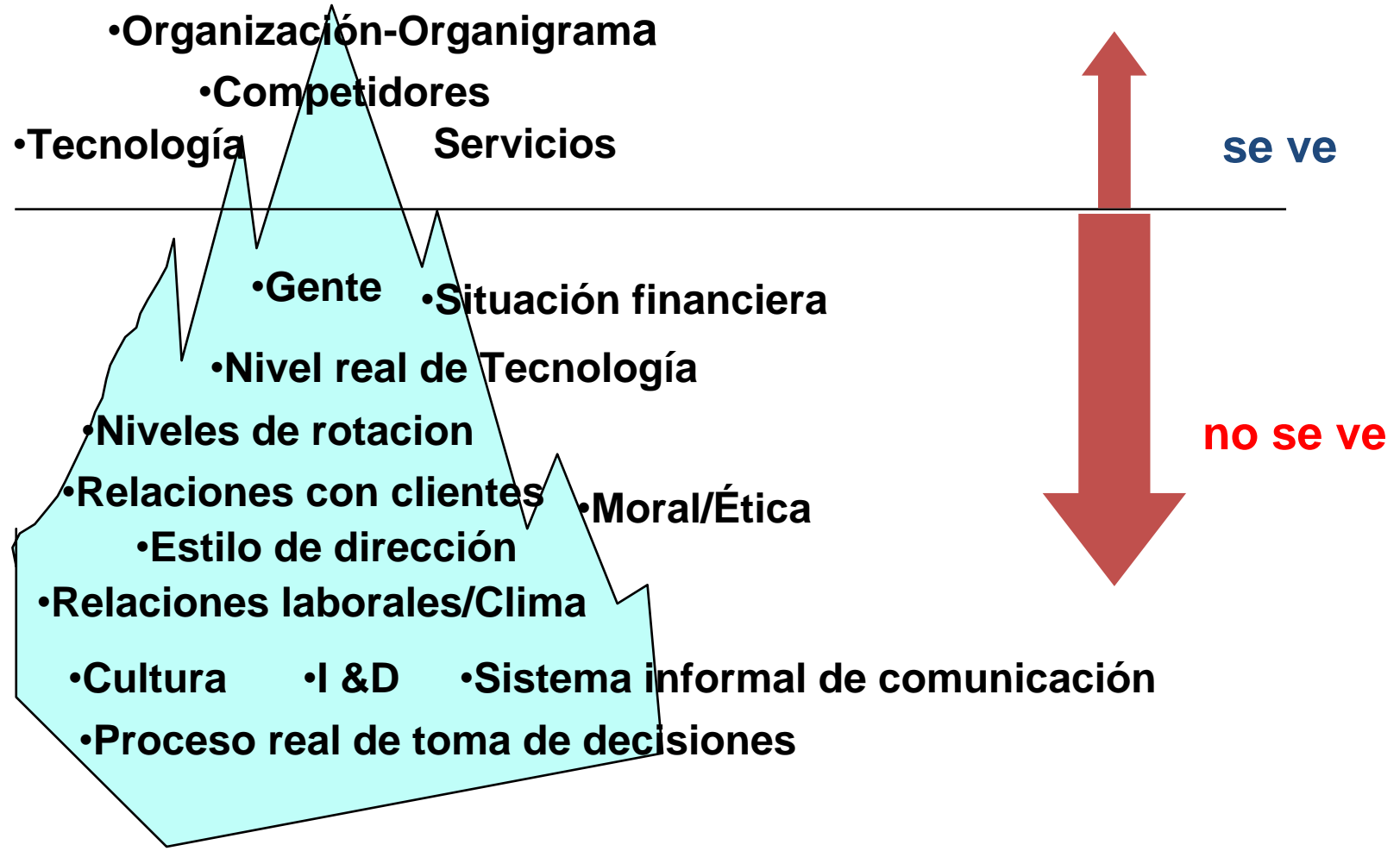


El problema con el candidato

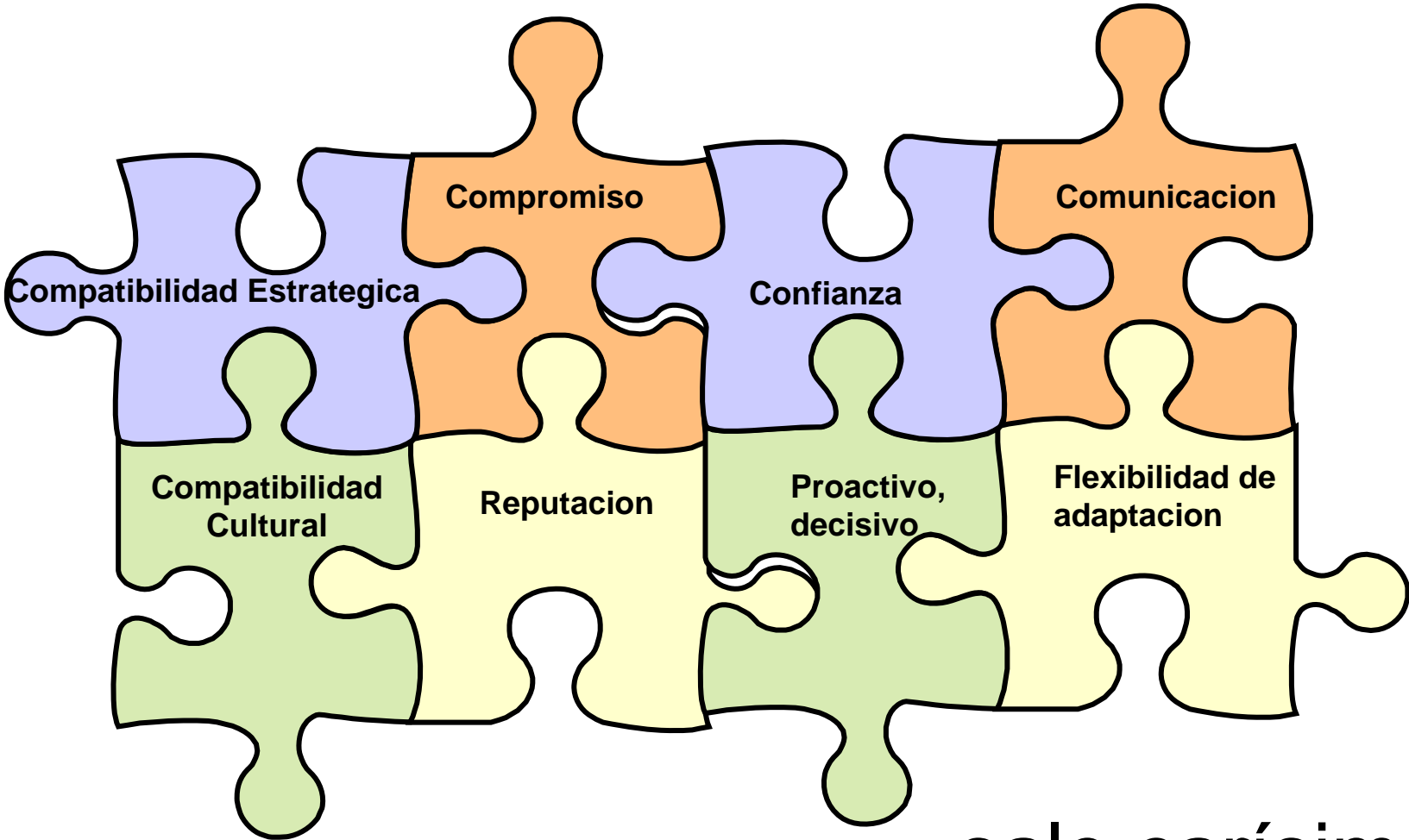
Otra vez el TITANIC



Memoria



El candidato: hay mucho que comprobar. Corolario: nunca "Photoshop" en LM...



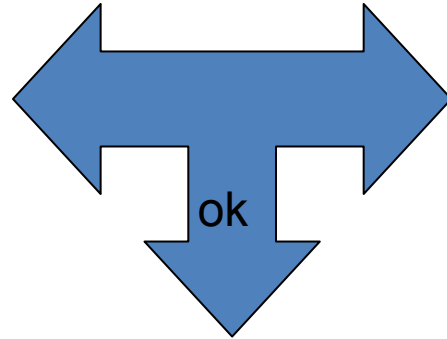
sale carísimo...



Supongamos que hay

OBJETIVOS+CANDIDATO

COMITÉ DE DIRECCIÓN DE LM



CONTACTO CERO CON CANDIDATO

EQUIPOS DE NEGOCIACIÓN

VECTOR DE PARTIDA: OBJETIVOS-VALORES-LÍMITES



LO PRIMERO ↓ **A ESTABLECER**

REGLAS DE NEGOCIACIÓN-QUORUM-REUNIONES
ACTAS-CONFLICTOS-SECRETO-COMUNICACIÓN

NEGOCIACIÓN

TODOS NEGOCIAMOS DESDE QUE NACEMOS...

“En la vida uno no consigue lo que merece. Consigue lo que negocia” . Chester L. Karras



_VARIAS ESCUELAS DE NEGOCIACIÓN Y DE TÉCNICAS

Modelo de Harvard

- I) **Personas:** separe a las personas del problema
- II) **Intereses:** concéntrese en los intereses, no en las posiciones
- III) **Opciones:** Genere una variedad de posibilidades antes de actuar
- IV) **Criterios:** Insista en que el resultado se base en algún criterio objetivo

*“El necio intenta convencerme con sus ideas.
El sabio me convence con las mías.” (Sócrates)*

**EJ.: COMO MANEJAR
LA AVERSIÓN AL RIESGO”**

Características de un Buen Negociador

Capacidad de Análisis y Síntesis

Piensa Rápido y Claro

Se Centra en los Aspectos Objetivos

Tiene Buen Humor Paciente

Sabe Controlarse Maneja los silencios

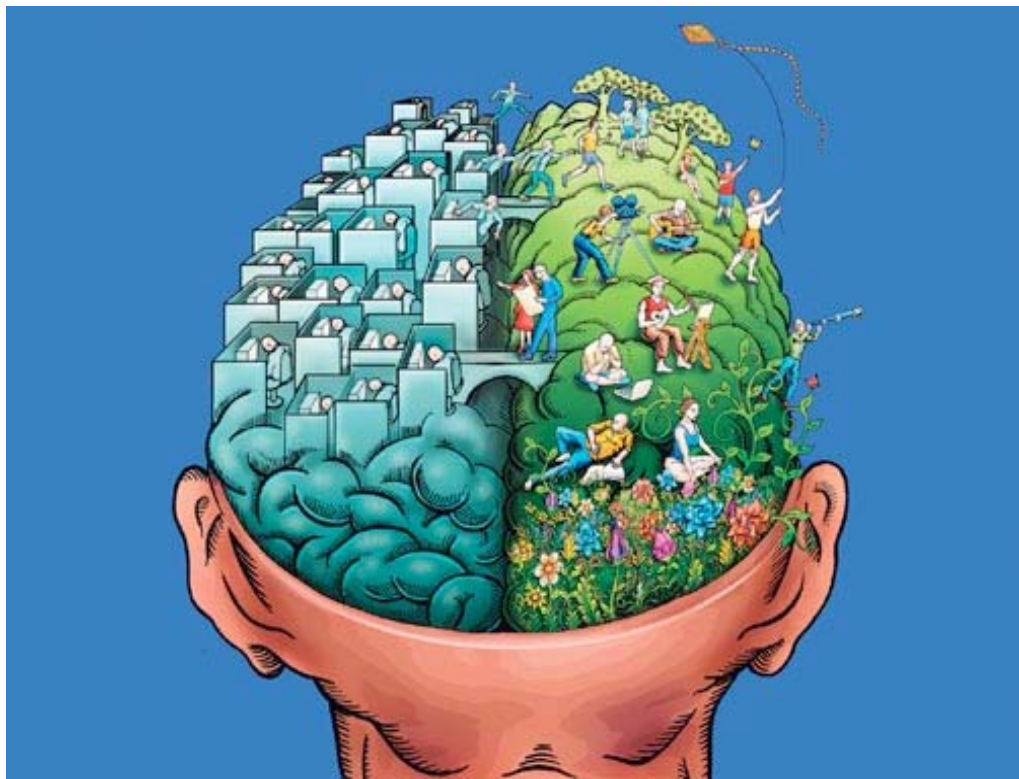
Nunca personaliza

Maneja lenguaje corporal

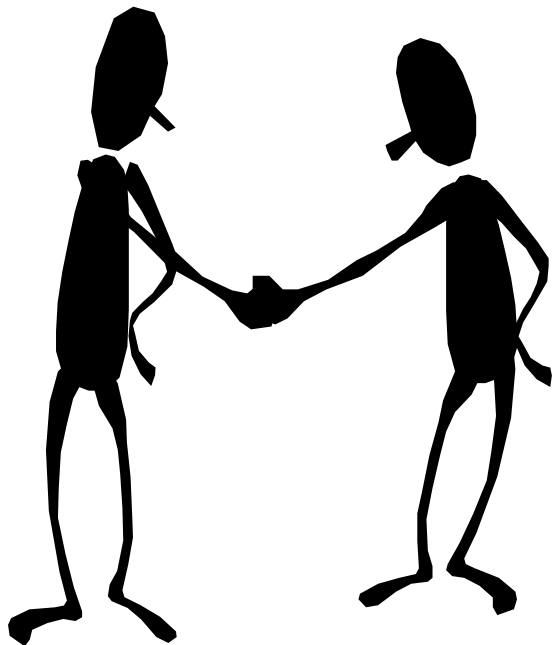
Tiene Gran Capacidad de Empatía

Se Expresa y comunica bien

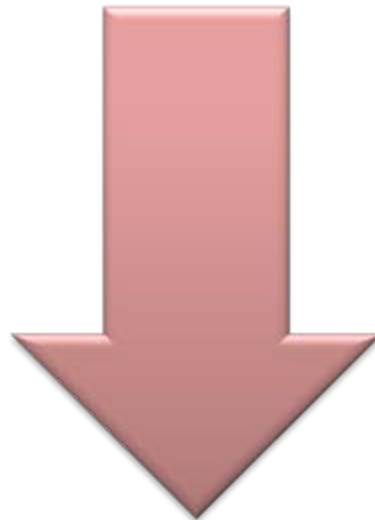
Lo más importante en una negociación es escuchar lo que no se dice. (P. Drucker)



Elementos de una negociación:



Razón
Dialogar
Convencer
Confianza
Influencia
Aceptación



Emoción
Predicar
Imponer
Recelo
Coacción
Negación

Etapas de la Negociación

4 etapas fundamentales de cualquier negociación



LOS ASPECTOS A NEGOCIAR

- 0-FORMATO DEL DOCUMENTO DE ACUERDO
- 1-LAS PARTES. LOS FIRMANTES.
- 2-JUSTIFICACIÓN. OBJETIVO/S.
- 3-VARIABLES Y NIVELES DE ÉXITO - MÉTRICAS.
- 4-LIMITACIONES: SITUACIONES Y NIVELES A EVITAR.
- 5-RECURSOS PUESTOS EN JUEGO. ASISTENCIAS TÉCNICAS
- 6-VALIDEZ TEMPORAL Y POSIBLES SUSPENSIONES TEMPORALES.
- 7-CLÁUSULA DE SALIDA: EN QUÉ CIRCUNSTANCIAS Y CONDICIONES SE DARÍA POR CONCLUIDA LA ALIANZA DE MANERA AMISTOSA.
- 8-RÉGIMEN DE INCORPORACIONES TARDÍAS: QUIENES Y EN QUÉ CONDICIONES PODRÍAN INCORPORARSE AL CONVENIO.
- 9-PROTECCIÓN DE DATOS. NORMATIVA DE APLICACIÓN. SECRETO.
- 10-GASTOS: ARRANQUE-RÉGIMEN-SOBREVENIDOS.
- 11-ARBITRAJE Y SOLUCIÓN DE CONFLICTOS DURANTE LA VIGENCIA.
- 12- PRUEBA PILOTO E IMPLANTACIÓN.
- 13-SEGUIMIENTO.
- 14-COMUNICACIÓN ENTRE LAS PARTES.
- 15-DIFUSIÓN EN LOS MEDIOS.
- 16-SEGUROS.



¡ Muchas gracias por vuestra atención !



El grupo de Alianzas