

## El origen de la acción automática de 3M

¿Cuál es el negocio de 3M? ¿Cuál es el aspecto técnico más importante?

El negocio principal de 3M es la fabricación y comercialización de una amplia gama de productos, desde productos químicos hasta artículos de oficina y señalización de tráfico. Sin embargo, uno de los aspectos técnicos más importantes que contribuyó significativamente al éxito de la empresa fue el desarrollo de adhesivos de alta calidad, como el adhesivo débil que condujo al descubrimiento de la cinta adhesiva o masking tape.

¿Cuál debería ser el objetivo más importante para la reestructuración inmediata de la compañía?

El objetivo más importante para la reestructuración inmediata de la compañía debería ser fomentar y fortalecer aún más una cultura de innovación y autonomía en la toma de decisiones. Esto se basa en el principio establecido por McKnight y Drew de delegar responsabilidad y alentar la iniciativa en todos los niveles de la organización.

¿Cuál debería ser la estrategia de 3M?

La estrategia de 3M se concentra en la innovación continua y la diversificación de productos para satisfacer las necesidades cambiantes del mercado. Esto implica seguir desarrollando nuevos productos y mejorando los existentes, así como explorar y entrar en nuevos mercados que complementen las capacidades y competencias de la empresa.

¿Cómo debería ser la estructura organizacional para atender a esa estrategia?

La estructura organizacional ideal para respaldar esta estrategia sería una que fomente la colaboración interdepartamental, la comunicación abierta y la toma de decisiones descentralizada. Debería haber un equilibrio entre la centralización para mantener la coherencia y la descentralización para fomentar la autonomía y la innovación en todas las áreas de la empresa.

¿Cuáles son los factores a considerar en la evaluación como una empresa como 3M atiende a diversos mercados tales como: de productos químicos, artículos de limpieza, artículos de oficina, señalización de tráfico y fármacos?

Al atender a diversos mercados como productos químicos, artículos de limpieza, artículos de oficina, señalización de tráfico y fármacos, 3M debe considerar varios factores en su evaluación, como la demanda del mercado, la competencia, las tendencias tecnológicas, la regulación gubernamental, la capacidad de producción y distribución, y la compatibilidad con la misión y valores de la empresa. Es crucial que la empresa adopte un enfoque de segmentación de mercado y adapte sus estrategias y productos según las necesidades y características específicas de cada segmento.

