

La gestión del conocimiento y la formación

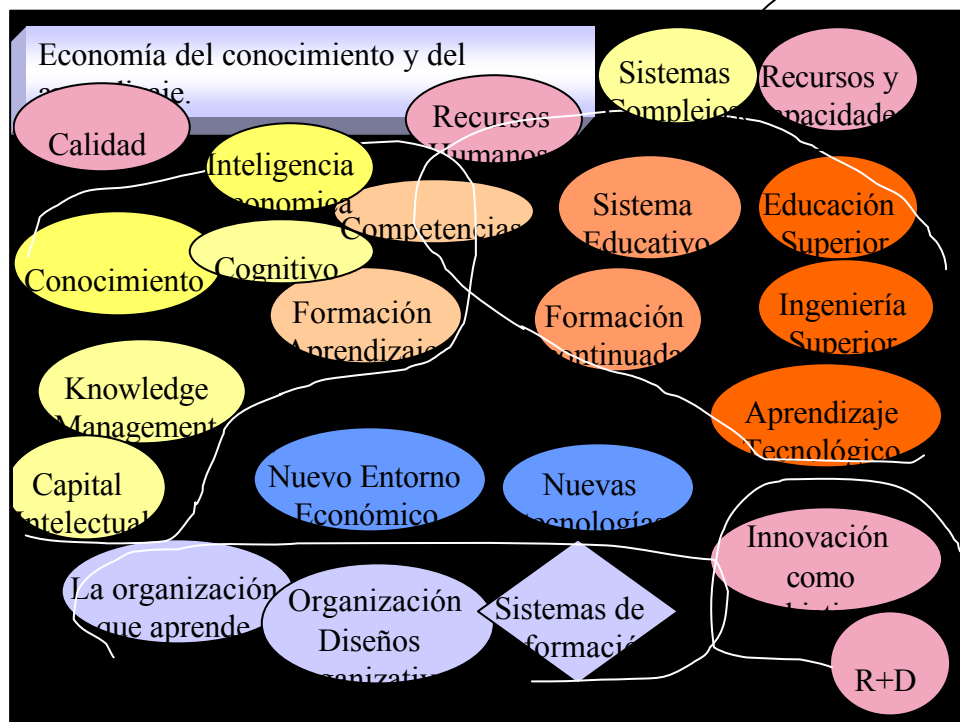
El aprendizaje tecnológico

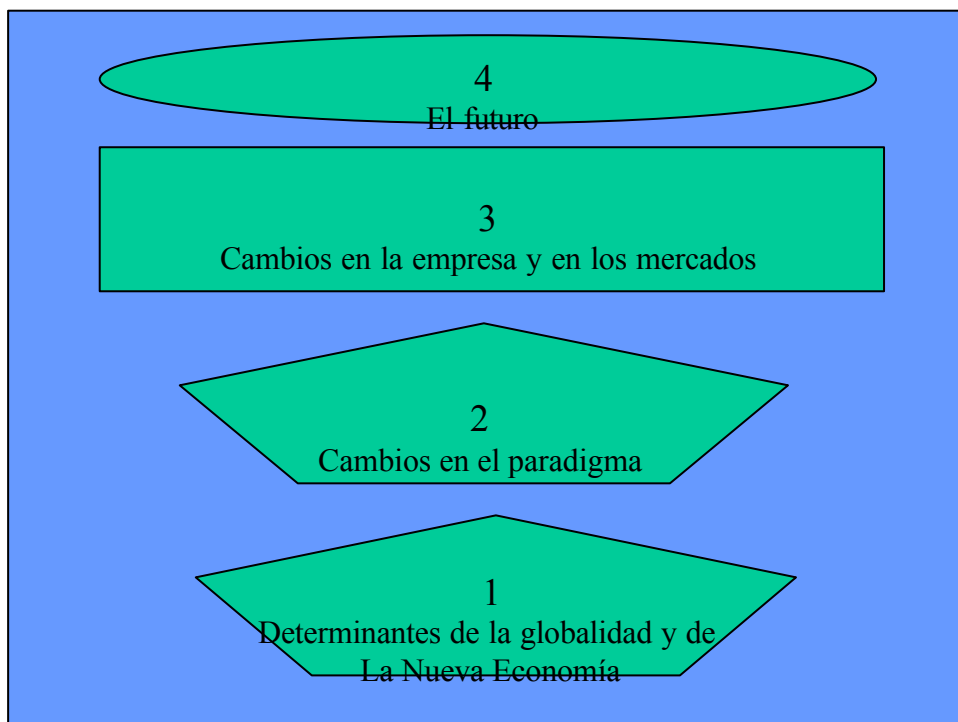
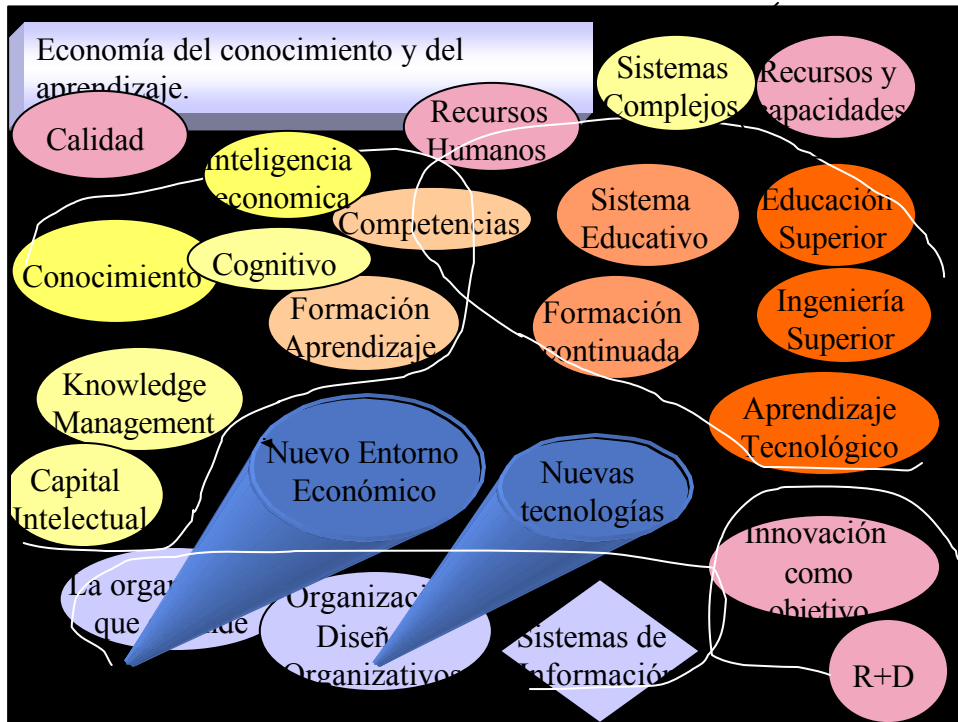
Francesc Solé Parellada

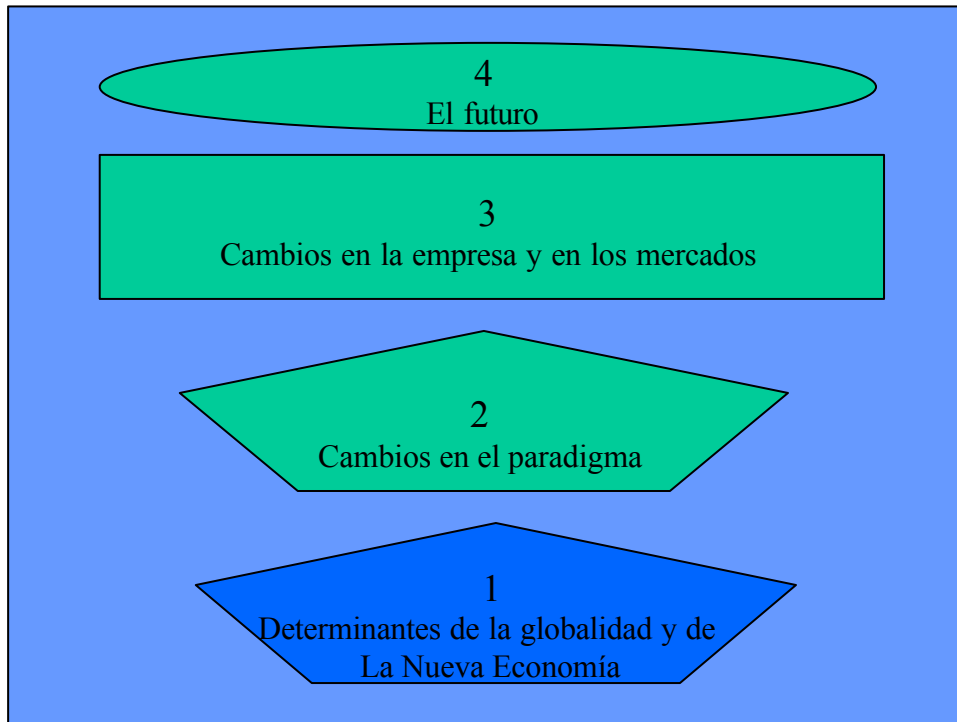
Universitat Politècnica de Catalunya

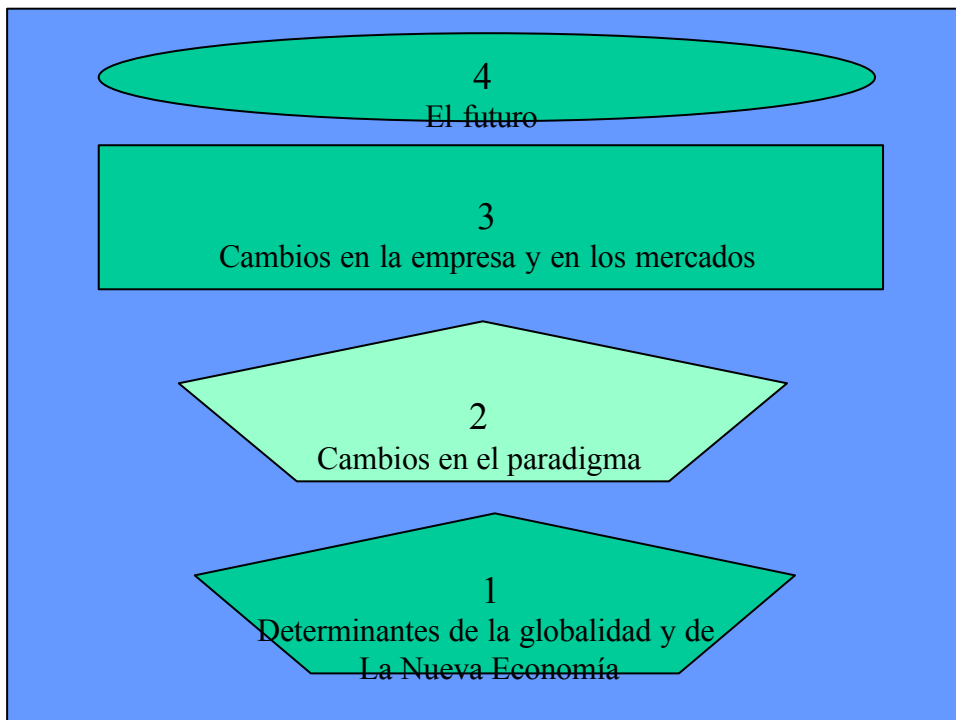
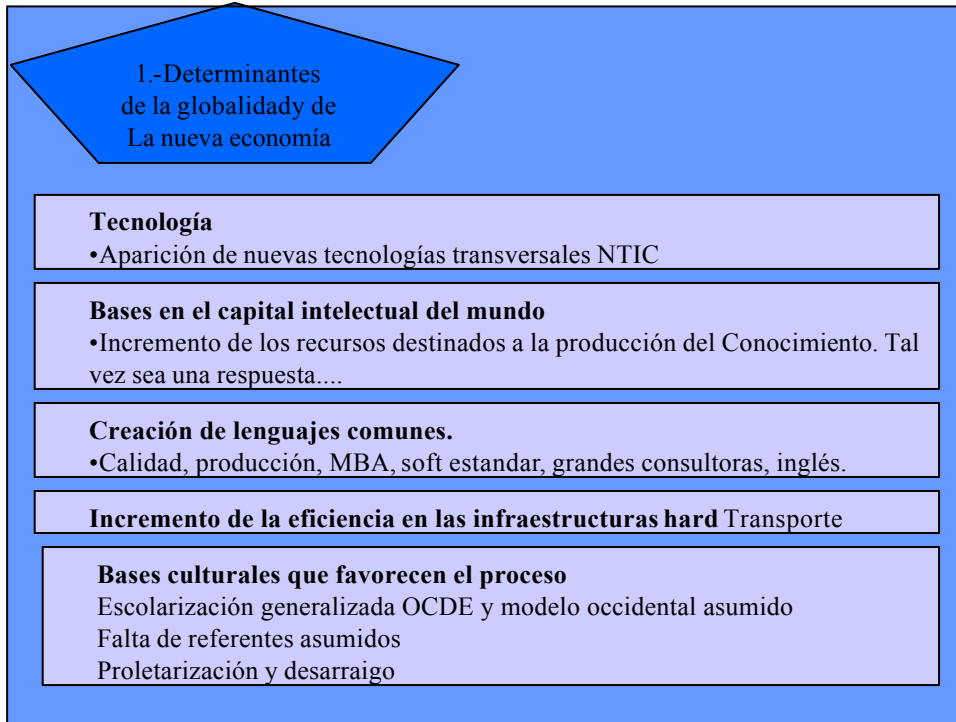
Octubre 2001

OEI-MEXICO









2
Cambios en el
paradigma

Cambios en:

- ?Las características del crecimiento (los recursos internos, la complejidad, los países en desarrollo, el entrepreneurship en los países de alta renta, etc)
- ?La organización de la actividad económica

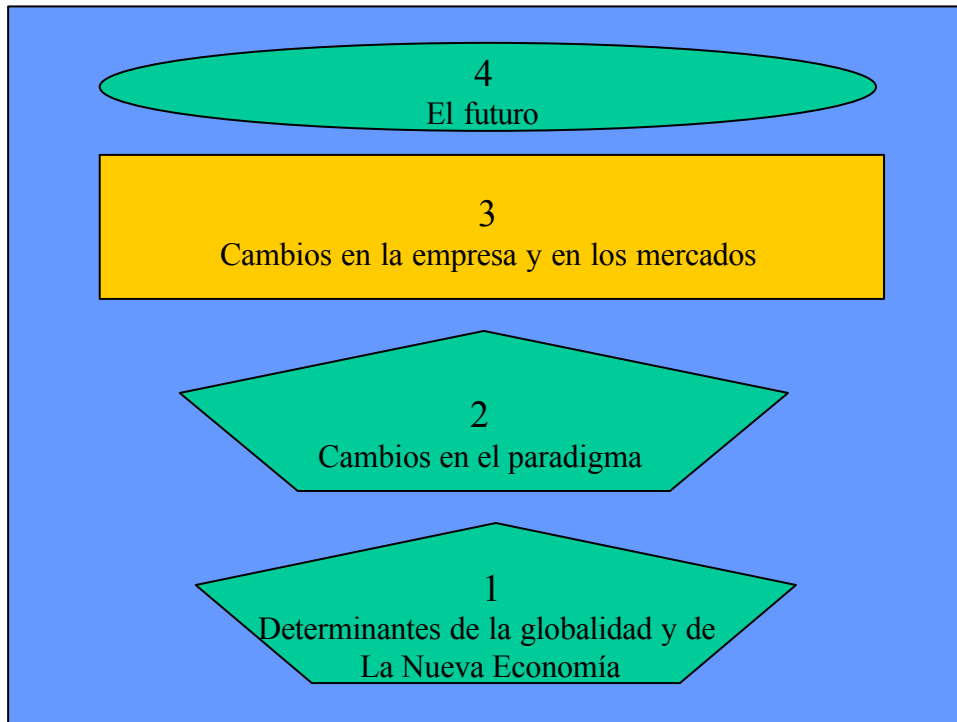
Que se caracterizan por

- ?Aceleración del cambio e incremento de la competencia. El sistema de señales llega muy lejos (Administraciones, etc)
- ?Incrementos notables (y a veces ocultos) de la productividad
- ?Incremento de la complejidad

2
Cambios en el
paradigma

Nuevas palabras ¿Nuevas realidades?

- Globalidad
- Sociedad del conocimiento
- Intangibles / Capital Intelectual
- Intercomunicación — redes



3 Cambios
en la empresa y en los mercados

Cambios en el marco de la competencia. “El monopolio efímero”

- Aparición de nuevos sectores
- Mayor frecuencia en las roturas sectoriales
- Cambios en las jerarquías sectoriales
- Alargamiento o ampliación de las cadenas o redes de valor sectoriales
- Los mercados del entrepreneurship como forma de desarrollo ante la complejidad

3 Cambios en la empresa y en los mercados

Empleo

- Dualidad laboral
- Incremento del empleo altamente especializado

•Recursos Humanos

- Exigencia creciente de competencias y actitudes al capital humano.
Entrepreneurial behavior.

3 Cambios en la empresa y en los mercados

Conocimiento / Capital Intelectual

- Creciente importancia del Conocimiento. Incremento de la participación del conocimiento en el crecimiento y supervivencia de la empresa
- Caída de los costes del conocimiento
- Importancia creciente de los intangibles y del capital intelectual frente a los activos fijos
- Aparición de la función gestión del conocimiento.

3 Cambios en la empresa y en los mercados

Disposición en el espacio

- Nueva disposición sobre el territorio
- Creciente importancia de las externalidades territorializadas
- Creciente importancia del espacio de soporte territorial

3 Cambios en la empresa y en los mercados

Diseños Organizativos Empresa/Organizaciones

- Cambios en los diseños organizativos
- Especialización creciente en los diseños organizativos
- Aparición de diseños organizativos mixtos
- Aumento de la flexibilidad y transversalidad (task forces)
- Aplanamiento de las organizaciones
- Incremento de las adhocracias
- Vínculo diseños organizativos – sistemas de información – rendición de cuentas
- Incremento de la presencia de instrumentos de la gestión en la gestión de las Organizaciones públicas y para - públicas

3 Cambios en la empresa y en los mercados

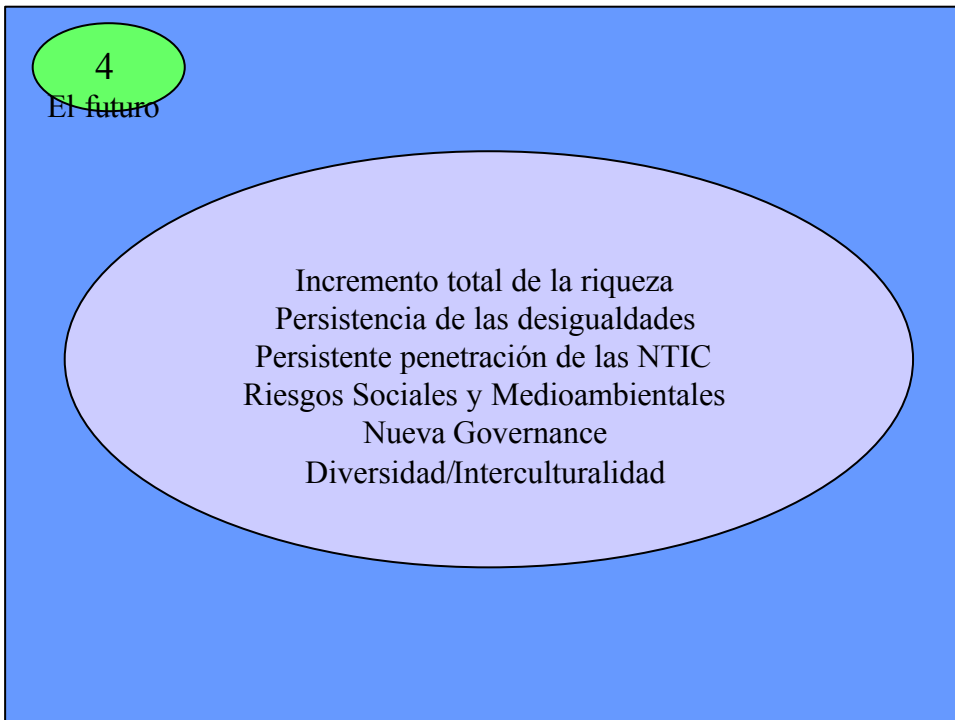
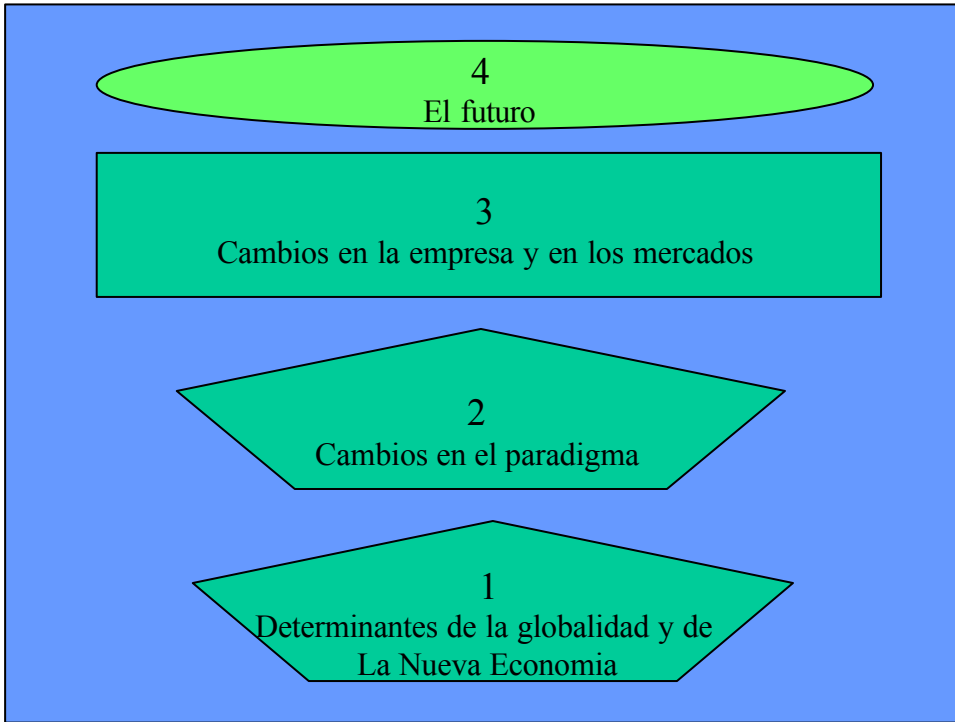
Estrategia

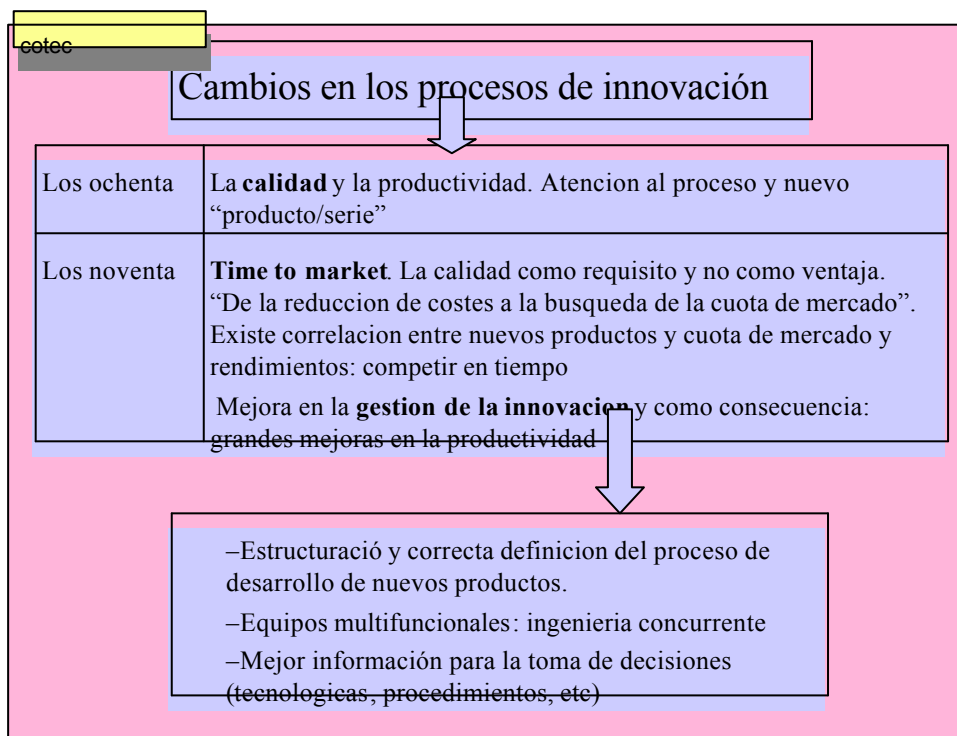
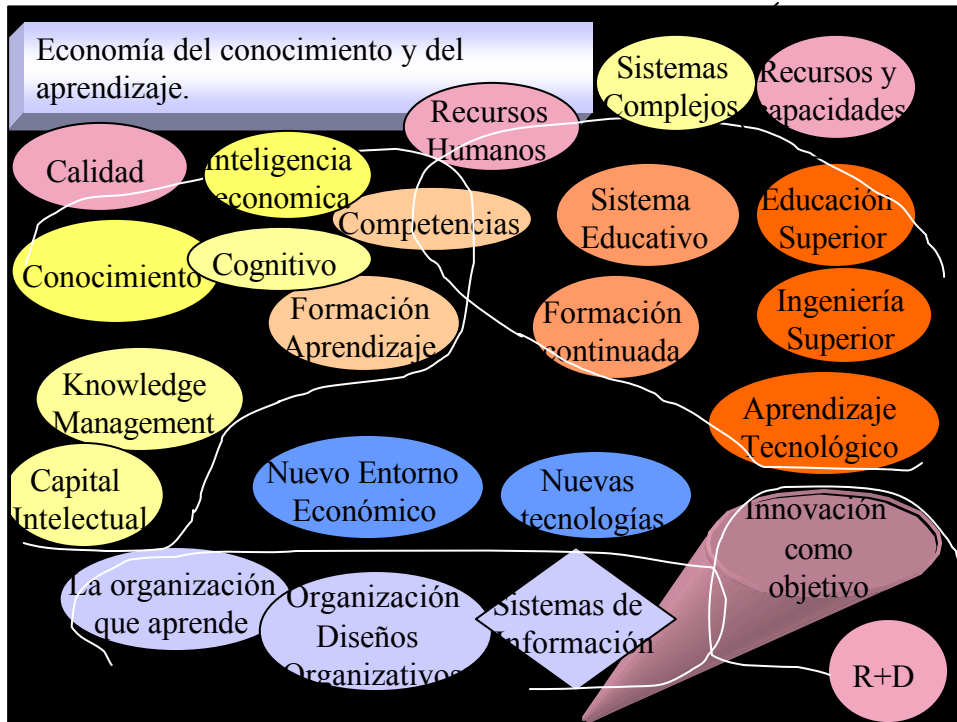
- Atención a los recursos y capacidades “versus” planificación jerárquica
- Búsqueda continua del equilibrio entre concentración, outsourcing, “core competences”, eficiencia, gestión del tejido industrial local y global
- Sistemas de información: Aumento de la presencia de los sistemas de información. Extensión de la función control.

3 Cambios en la empresa y en los mercados

Innovación. Cambios de base

- Innovación: Formalización de la secuencia y centralidad de la tecnología.
- Gestión de la innovación como nuevo paradigma





Elementos en la practica de la innovación

Procesos clave	La secuencia de la innovación + Estrategia + Adquisición (P)
Prácticas facilitadoras	Gestión del conocimiento, SI, formación, Cambios en la organización, Inteligencia competitiva ... (P).

La mejora en la capacidad de innovación

- Mas rápida.
- Mas económica
- Etc

En cualquier caso necesidad del “cambio en la organización”

Cambiar quiere decir aprender nuevas maneras de hacer (P) (Aprendizaje organizacional, gestión del conocimiento, formación)

En resumen no basta con innovar hay que cambiar para mejor innovar y para cambiar hay que aprender (P)

Una nueva vision del proceso de innovaci3n

- La concepci3n disgregada entre personas i empresas y lugares. Posibilidades de la red.
- Productos cada vez mas complejos (muchas decisiones). Posibilidades de la gestion del conocimiento.
- Orientacion al cliente (requisitos, killer application, plataforma de productos segun los mercados). Mejor comunicaci3n por la red
- Procesos con cadenas de valor muy extensas. Posibilidades de utilizaci3n de la red...

Necesidad de contar con un capital humano competente en la innovacion que es por definici3n nuevo y sujeto a las restricciones de la eficiencia

Pero ¿qu3 competencias? ¿quién las construye? ¿c3mo se actualizan?

¿tal vez la formaci3n?.. Resultados bajos

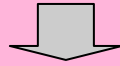
¿qu3 es lo que ha de saber un tecn3logo? Sabemos lo que ha de saber de base pero ¿sabemos lo que ha de saber en su puesto de trabajo?

¿c3mo sabemos que es el que ha de saber un tecn3logo y un ejecutivo en una posici3n sobre la que sabemos poco?

¿son los objetivos un incentivo suficiente para el aprendizaje?

¿c3mo se aprende?

Desconcierto



¿Cómo formar para la innovación?
¿Cómo aprender a innovar?
¿Cómo diseñar sistemas educativos adecuados?