



"Mendoza Innova 2015"

Seminario: Mendoza Espíritu Innovador

“Del conocimiento a la innovación, una estrategia de diferenciación en el mercado”

Marcelo Rosmini

2 diciembre de 2014

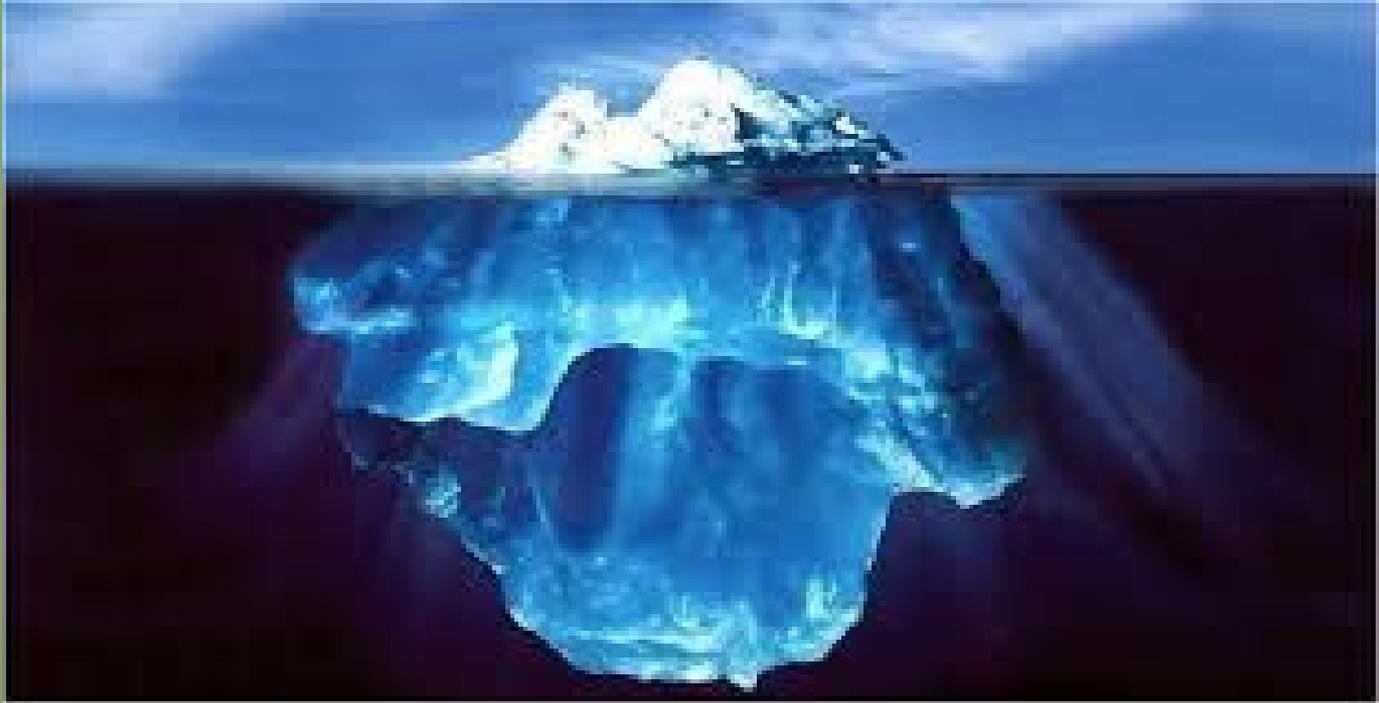
Quienes somos?



Reflexiones

- 1. La sociedad y el conocimiento: visualización de problemáticas. Vemos lo que miramos?**
- 2. El conocimiento y sus implicaciones sociales: del fuego a la nanotecnología. Dominación o dependencia?**
- 3. Conocimiento, creatividad e innovación: la educación versus las empresas. Crear una empresa y/o ganar dinero?**
- 4. Las empresas inteligentes: la innovación como estrategia de diferenciación. Crear o morir!!!**
- 5. Las herramientas para la innovación: del coaching al ecosistema innovador. Reflexiones y ejercicios. Como construimos una sociedad inteligente e innovadora?**

1. La sociedad y el conocimiento: visualización de problemáticas. Vemos lo que miramos?



1. La sociedad y el conocimiento: visualización de problemáticas. Vemos lo que miramos?

Realidad total



Realidad visible

Realidad no visible

1. La sociedad y el conocimiento: visualización de problemáticas. Vemos lo que miramos?



La sociedad moderna, características.



7.000 millones

**Comunicación
Alimentos
Viviendas**



La sociedad moderna, características.



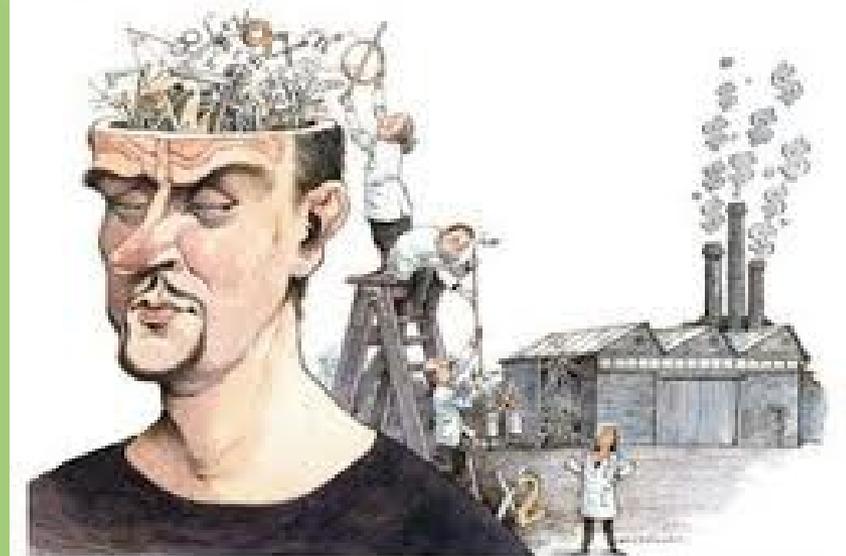
Desarrollo de TICs

Era del conocimiento

Era de la información

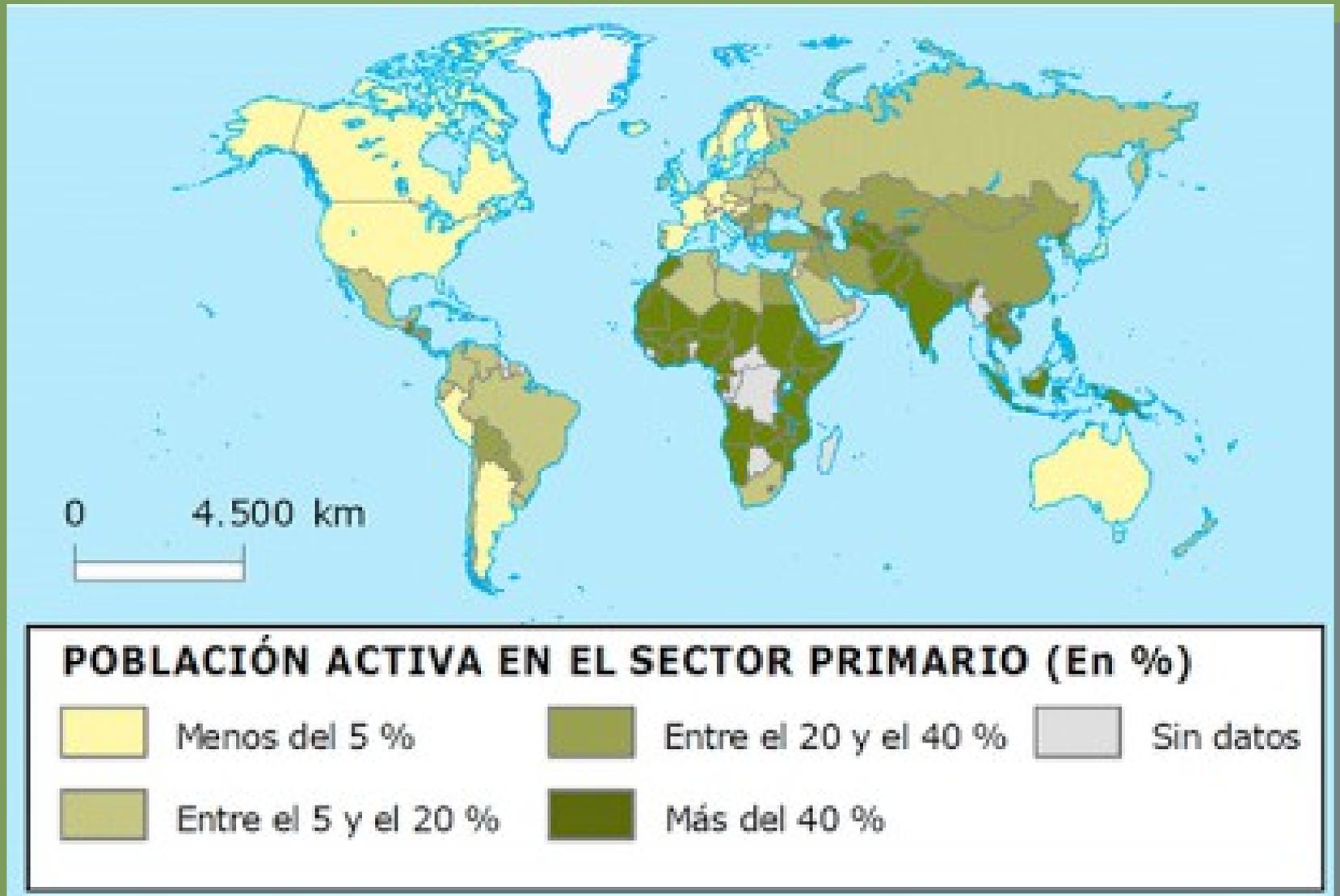
Era industrial

Era agrícola



David Parkins (Nature)

La sociedad moderna, características.



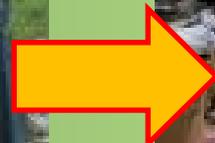
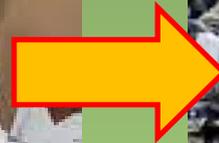
La sociedad moderna, características.

Ranking	País	Producción en Billones US\$	Porcentaje del PIB (%)	% de la Producción Mundial agrícola
—	<i>Mundo</i>	4,130.689	5.9%	100.0%
1	China	670.893	9.6%	16.2%
2	India	333.652	18.1%	8.1%
—	<i>Unión Europea</i>	323.284	1.8%	7.8%
3	Estados Unidos	180.778	1.2%	4.4%
4	Brasil	146.040	5.8%	3.5%
5	Indonesia	124.316	14.9%	3.0%
6	Nigeria	87.483	35.4%	2.1%
7	Japón	81.975	1.4%	2.0%
8	Rusia	79.166	4.2%	1.9%
9	Turquía	70.205	9.2%	1.7%
10	Australia	60.296	4.0%	1.5%
11	Irán	53.206	11.2%	1.3%
12	España	50.704	3.3%	1.2%
13	Francia	47.741	1.7%	1.2%
14	México	46.223	3.9%	1.1%
15	Pakistán	44.125	21.6%	1.1%
16	Argentina	43.518	10.0%	1.1%
17	Italia	42.668	1.9%	1.0%
18	Tailandia	41.406	12.2%	1.0%
19	Corea del Sur	34.915	3.0%	0.8%
20	Canadá	33.415	1.9%	0.8%
-	<i>El resto de los países</i>	1,858.810		45.0%

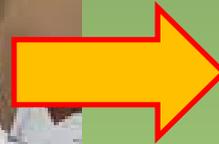
La sociedad moderna, problemáticas.



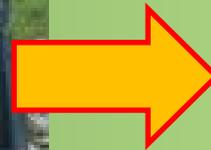
La sociedad moderna, problemáticas.



La sociedad moderna, oportunidades.



Beneficio: U\$S 55.000 millones



Beneficio: U\$S 5.500 millones

La sociedad moderna, problemáticas.

PCs sin desmontar U\$S 65/ton
DVDs y CDs U\$S 120/ton
Circuitos impresos selec. U\$S 1080/ton
Material circuitos impresos U\$S 26.832/ton
Tarjetas Inteligentes/SIM, U\$S 33.000/ton



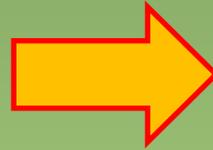
Planta de Tratamiento Mecánico - Biológico (TMB) Argentina



1. La sociedad y el conocimiento: visualización de problemáticas. Vemos lo que miramos?



Martin Cooper y el DynaTAC de Motorola (03/04/1973)



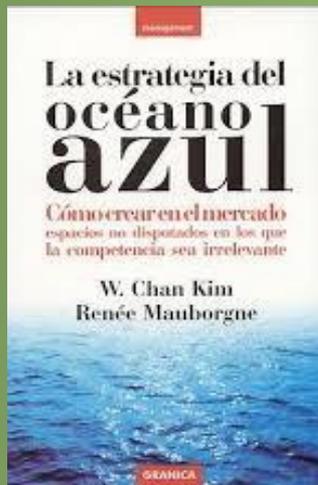
Steve Jobs y el iPhone 5

La sociedad moderna, problemáticas u oportunidades.

Innovar es

**"...ver lo que TODOS ven,
pensar lo que ALGUNOS piensan**

**y hacer lo que NADIE
hace".**



1. La sociedad y el conocimiento: visualización de problemáticas. Vemos lo que miramos?

Reflexiones:

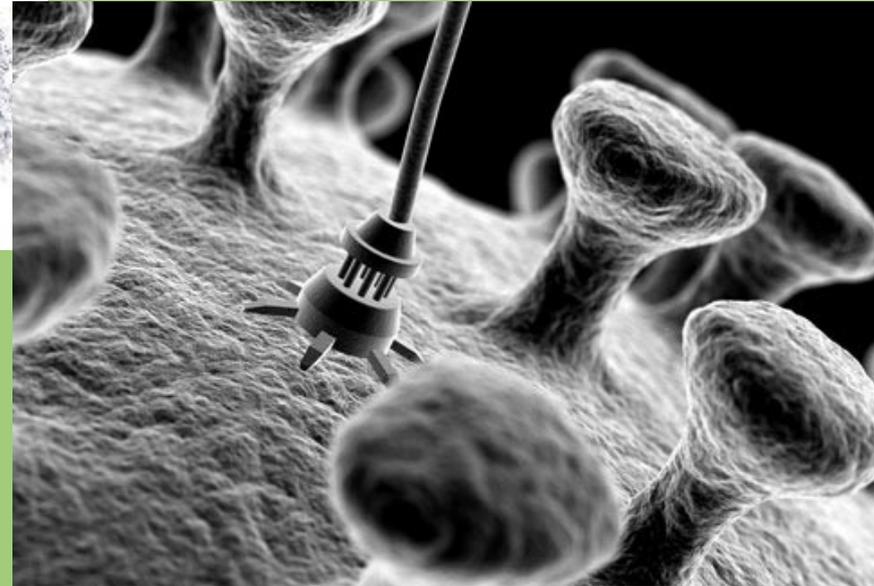
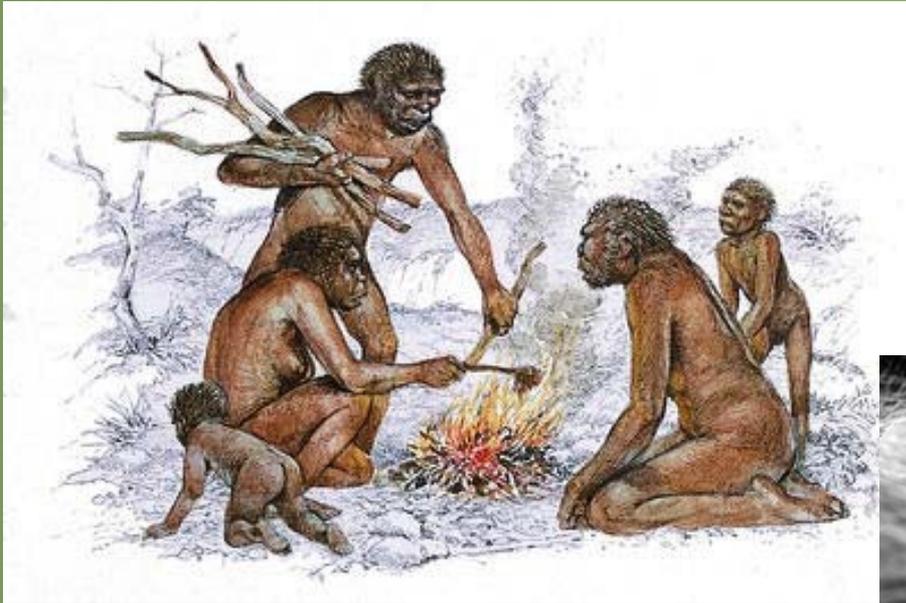
a) ¿Vemos problemas u oportunidades?

b) ¿Como nos preparamos para la velocidad de cambio que está mostrando la humanidad? *Xerox.*

c) ¿Cuántos recursos invertimos en visualizar el entorno y reflexionar sobre lo que estamos viendo? *Ausa: Director de Nuevos Conceptos.*

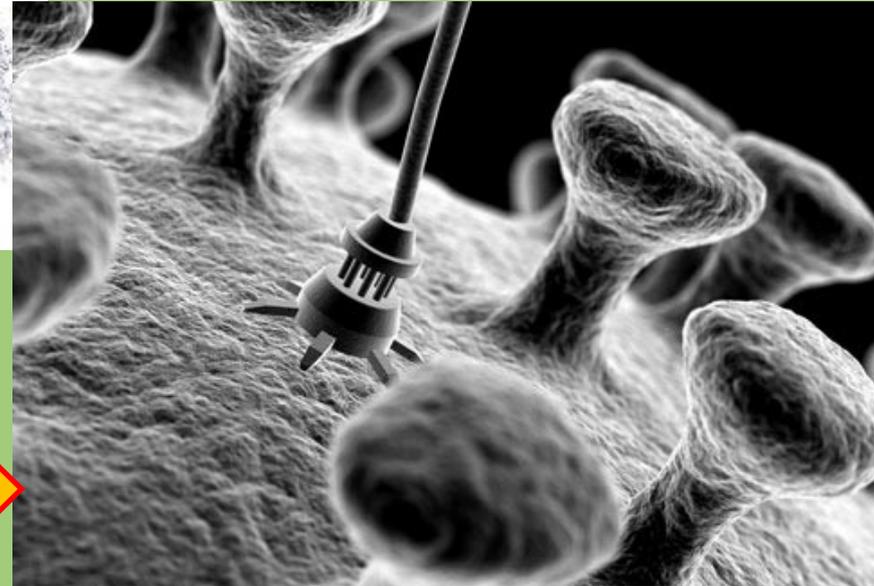
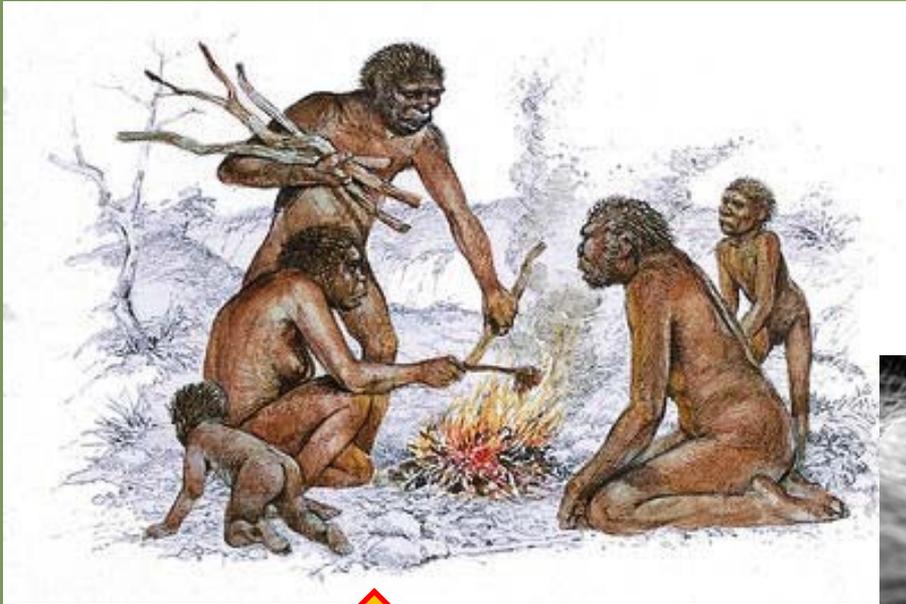
d) ¿Qué vigilamos y cómo transformamos lo que vemos en ventajas competitivas? *Océanos azules.*

2. El conocimiento y sus implicaciones sociales: del fuego a la nanotecnología. Dominación o dependencia?

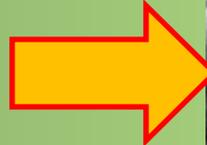


¿Por qué la pregunta?

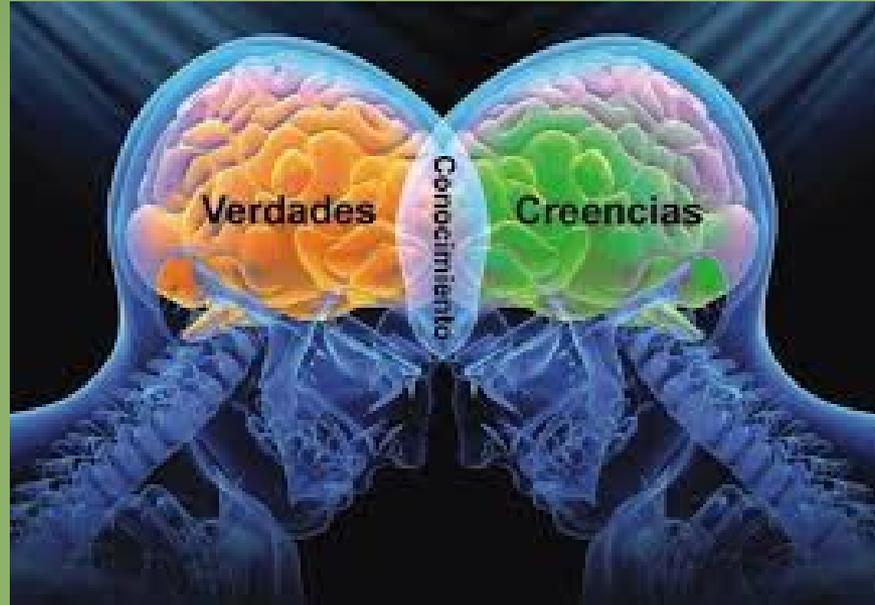
2. El conocimiento y sus implicaciones sociales: del fuego a la nanotecnología. Dominación o dependencia?



Conocimientos



2- El conocimiento: concepto.



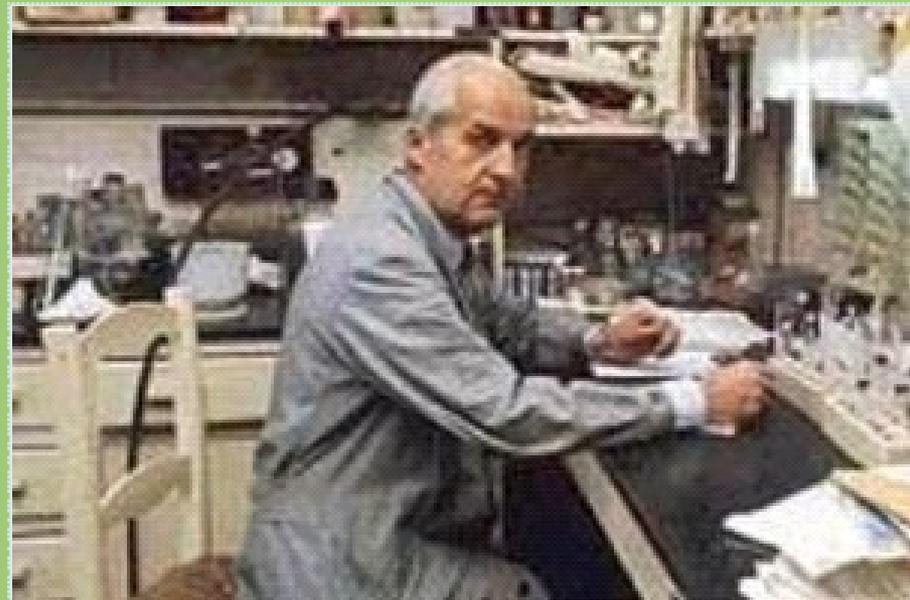
Conjunto de contenidos sabidos o conocidos por un individuo, una organización, una sociedad o la humanidad en su conjunto.

2- El conocimiento y el individuo.



El hombre y la sociedad ...

... como soporte del conocimiento.



2- El conocimiento: estados, tipos.



Tácito

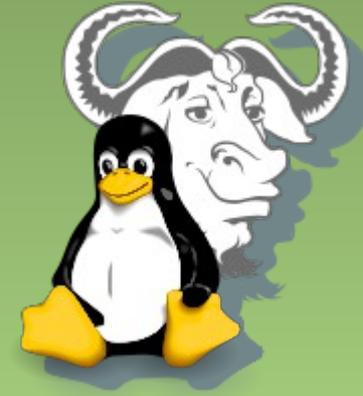
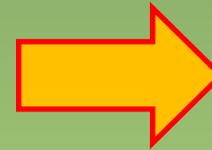


Codificado

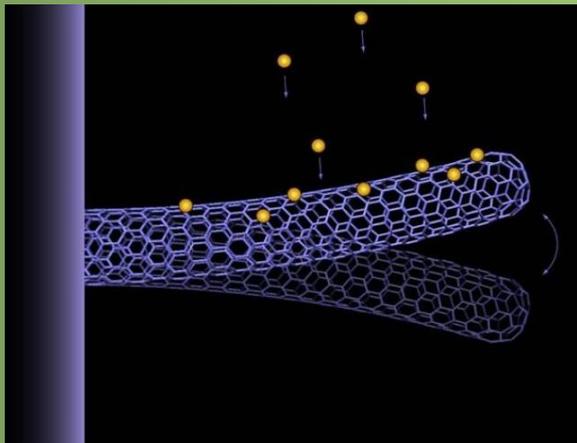
2- El conocimiento: estados, tipos.



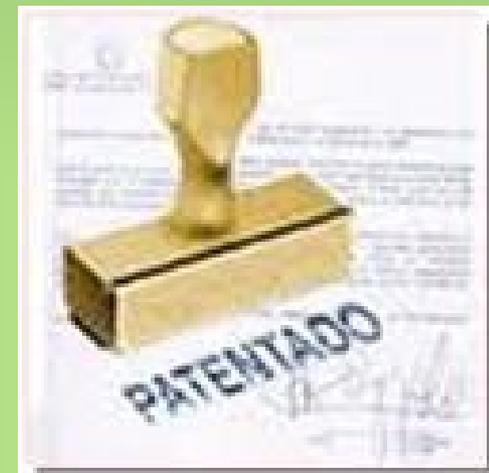
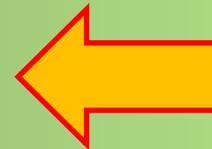
Libre



Linux



Nanotubos de carbono



Apropiado

2- El conocimiento y las organizaciones.



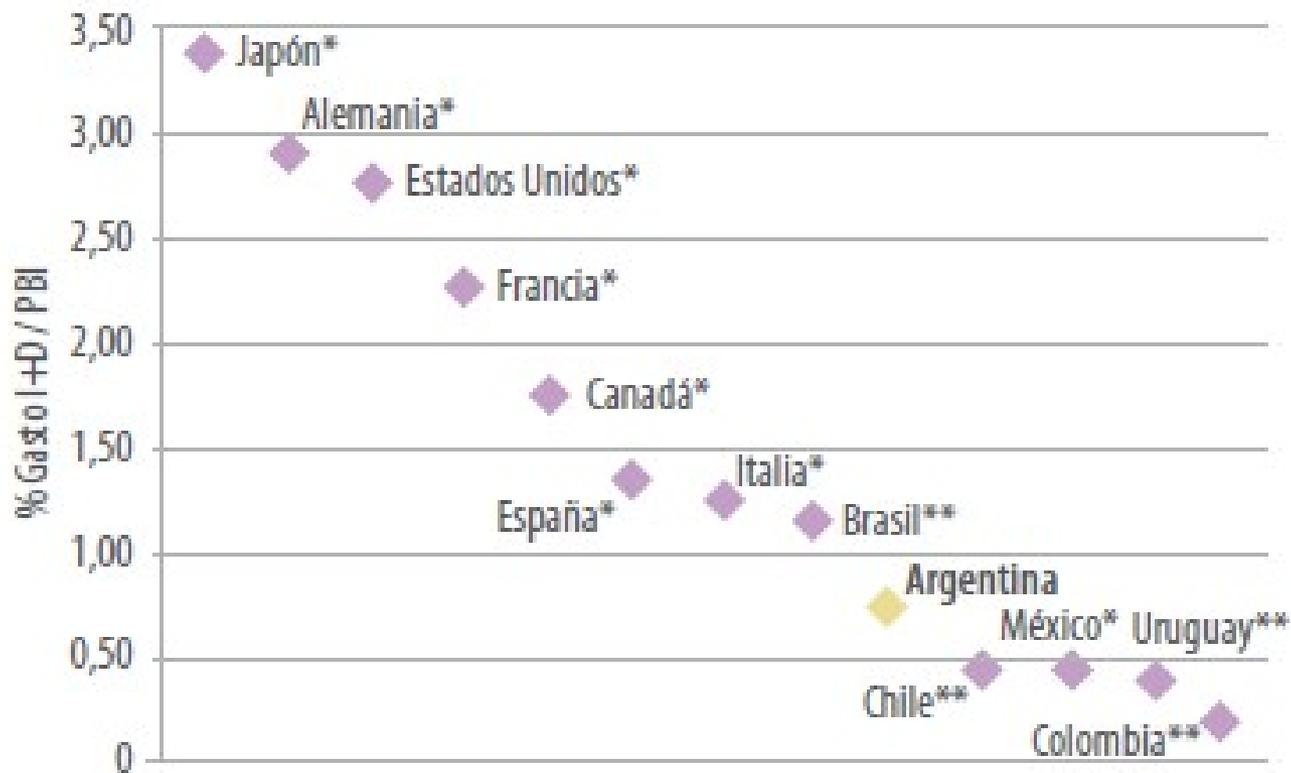
El conocimiento como una interacción social donde “*el conocimiento está vivo porque cambia continuamente... transferido a través de la interacción de los seres humanos*” (Nonaka, 1994).

2- El conocimiento ... su generación.

El Modelo SECI
Proceso de Generación de Conocimiento.
Nonaka y Takeuchi - 1994 **INN(Y)ENTOR**



2- El conocimiento ... su generación.

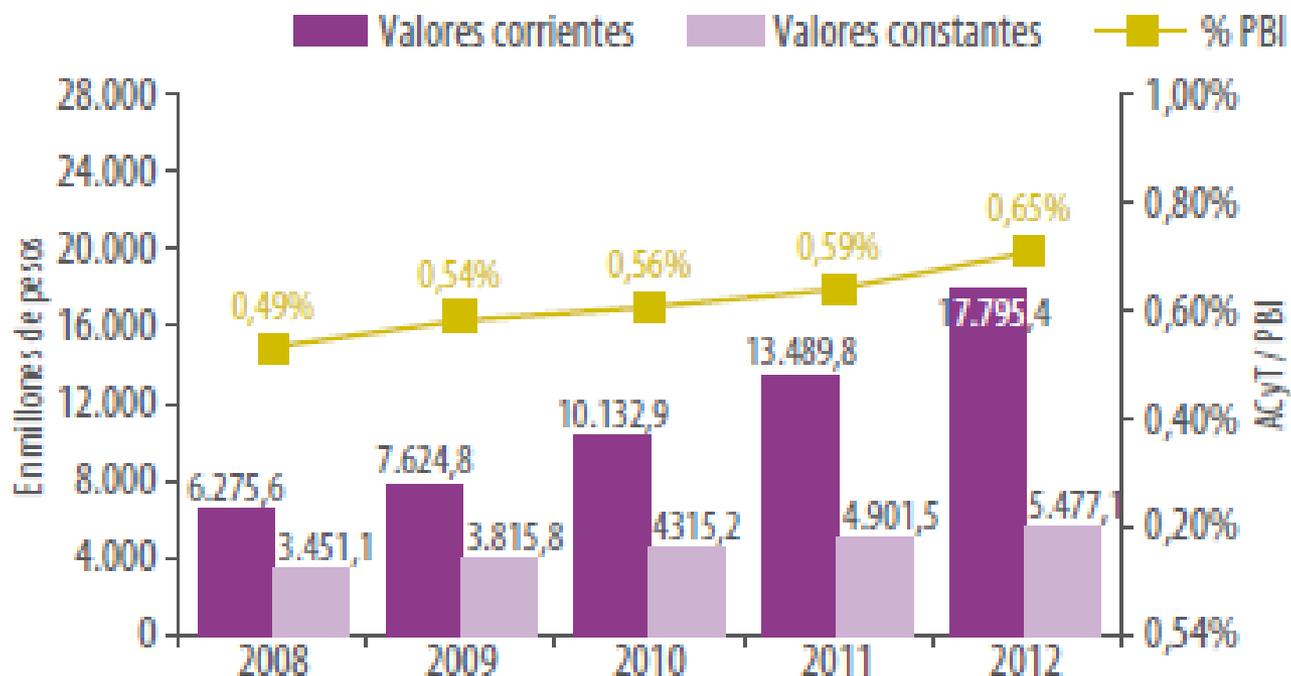


Nota: el dato de Argentina corresponde al año 2012.
Fuente: elaboración propia en base a OCDE y RICYT.
(*). Año 2011 (**). Año 2010.

Capacidad para producir conocimientos

2- El conocimiento ... su generación.

INVERSIÓN EN ACTIVIDADES DE CIENCIA Y TECNOLOGÍA



Fuente: elaboración propia en base al RACyT.

2- El conocimiento ... su generación.

CUADRO N°62: PATENTES SOLICITADAS, CONCEDIDAS Y OTROS INDICADORES SEGÚN MODALIDAD OECD EN PAÍSES SELECCIONADOS

País	Patentes solicitadas			Coeficiente de invención	Tasa de dependencia	Tasa de autosuficiencia	Patentes concedidas		
	R	N-R	Total				R	N-R	Total
Alemania	73.216	12.458	85.674	89,51	0,17	0,85	21.789	3.511	25.300
Argentina	697	4.119	4.816	1,70	5,91	0,14	163	769	932
Australia	2.383	23.143	25.526	10,67	9,71	0,09	1.267	16.610	17.877
Brasil	4.695	23.954	28.649	2,41	5,10	0,16	380	3.059	3.439
Canadá	4.754	30.357	35.111	13,79	6,39	0,14	2.150	18.612	20.762
Chile	339	2.453	2.792	1,97	7,24	0,12	104	909	1.013
España	4.846	196	5.042	10,49	0,04	0,96	2.995	198	3.193
Estados Unidos	247.750	255.832	503.582	79,51	1,03	0,49	108.626	115.879	224.505
Francia	24.287	2.099	26.386	38,40	0,09	0,92	13.616	1.398	15.014
Italia	12.776	927	13.703	21,04	0,07	0,93	7.969	700	8.669
Japón	287.580	55.030	342.610	225,03	0,19	0,84	197.594	40.729	238.323
México	1065	12.990	14.055	0,98	12,20	0,08	245	11.240	11.485

Nota: datos 2012 para Argentina y 2011 para el resto de los países.
Fuente: INPI, OMPI y OECD.

Coeficiente de invención= número de patentes solicitadas por millón de habitantes

2- El conocimiento ... su generación y accesibilidad.

CUADRO N°54: GASTOS EN ACTIVIDADES CIENTÍFICAS Y TECNOLÓGICAS POR PROVINCIA.^(*)
AÑOS 2011 Y 2012 (EN MILES DE PESOS CORRIENTES)

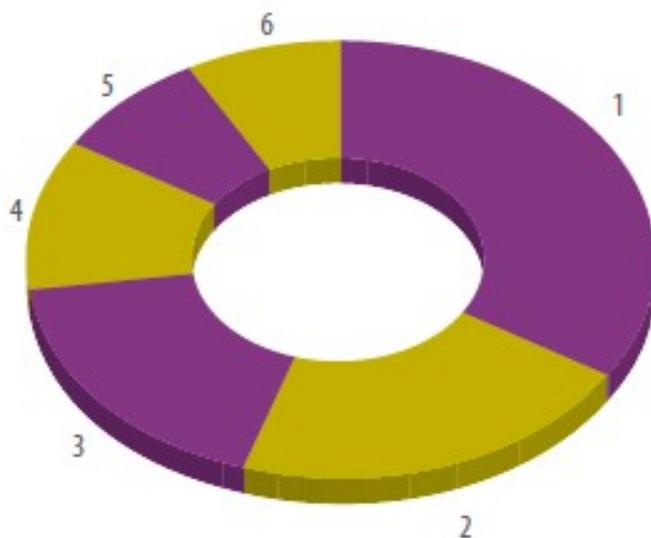
Provincias ^(**)	Gasto en ACyT	
	2011	2012
Buenos Aires	4.469.885	6.083.169
Ciudad Autónoma de Buenos Aires	3.001.583	3.629.010
Córdoba	1.119.051	1.485.821
Santa Fe	1.083.646	1.331.857
Río Negro	386.395	774.802
Mendoza	523.770	659.316
Tucumán	468.429	642.854
San Luis	277.771	369.620
San Juan	237.210	293.832
Entre Ríos	253.735	281.078
Misiones	143.243	241.839
Corrientes	215.464	237.369
Chubut	182.277	235.534
Salta	166.471	206.492
Jujuy	121.651	195.378
La Rioja	146.282	187.222
Chaco	104.716	185.775
Neuquén	103.193	148.251
Catamarca	114.367	137.848
La Pampa	101.408	133.669
Santiago del Estero	98.374	123.543
Santa Cruz	79.547	87.650
Formosa	50.675	69.971
Tierra del Fuego	40.623	53.456
Total	13.489.765	17.795.354

Notas:

(*) Corresponden a los gastos ejecutados en la jurisdicción provincial, si bien pueden provenir de diversos orígenes como figura en los cuadros de financiamiento.

(**) Las provincias se ubicaron según el orden decreciente de los gastos en ACyT durante 2012.

2- El conocimiento ... su generación y accesibilidad.



Referencias

1. Buenos Aires **34%**
2. Ciudad Autónoma de Buenos Aires **21%**
3. Mendoza; Tucumán; Río Negro; Corrientes; San Luis; Entre Ríos; San Juan **18%**
4. Chubut; Salta; Misiones; Jujuy; Catamarca; La Pampa; Neuquén; La Rioja; Santiago del Estero; Chaco; Santa Cruz; Formosa; Tierra del Fuego **11%**
5. Córdoba **8%**
6. Santa Fe **8%**

2- El conocimiento ... la tecnología y las divisas.

GRÁFICO N°55: SECTOR MANUFACTURERO DE MEDIA ALTA TECNOLOGÍA. AÑO 2012
(EN VALORES CORRIENTES)



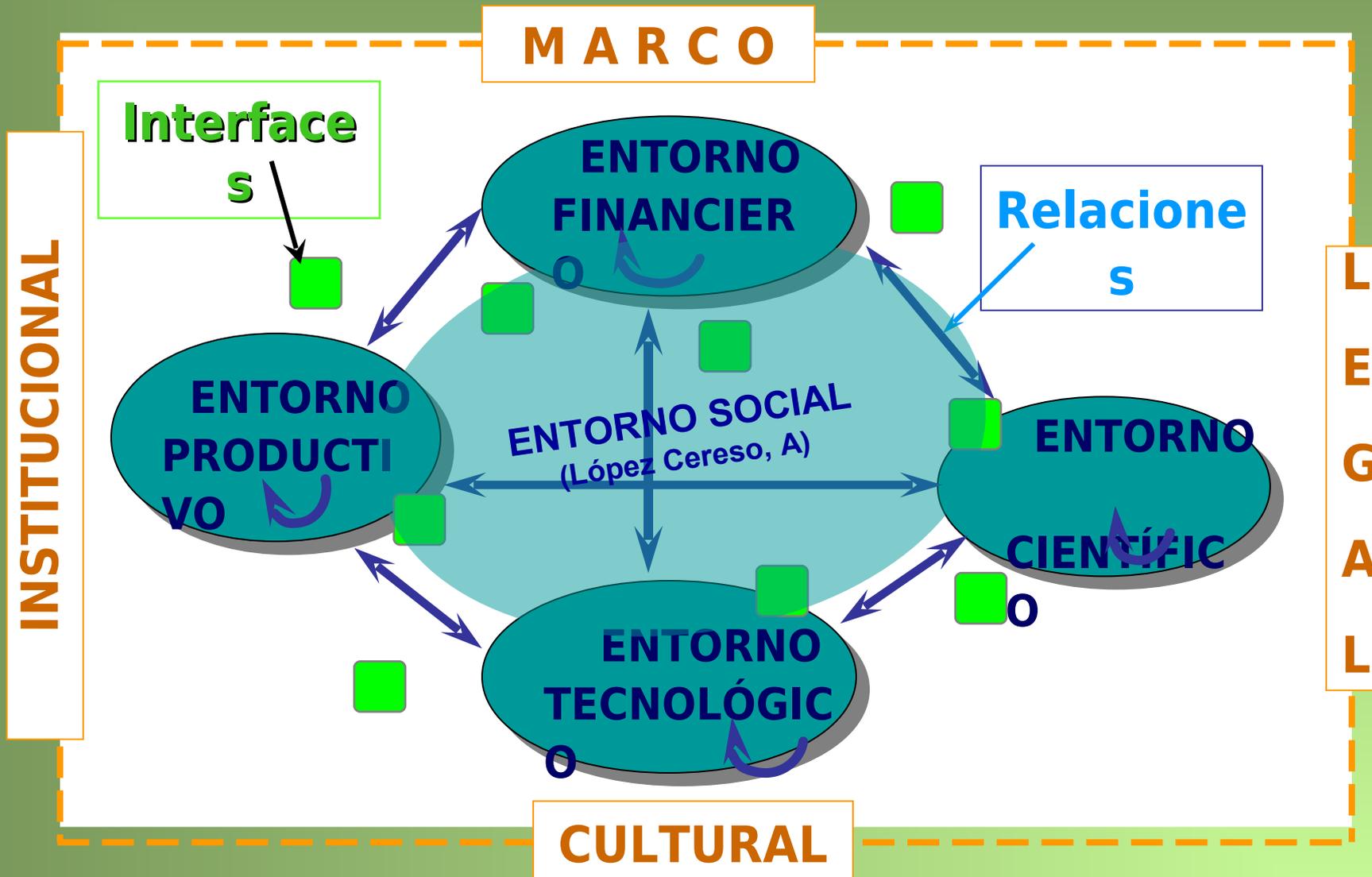
Referencias

1. Aeroespacial.
2. Computadoras y máquinas de oficina.
3. Electrónica y comunicaciones.
4. Farmacéutica.
5. Instrumentos científicos.

Fuente: elaboración propia en base al INDEC.

2- El conocimiento: sus fuentes.

El sistema de innovación



2- El conocimiento y sus implicaciones sociales: del fuego a la nanotecnología. Dominación o dependencia?

Reflexiones:

- a)El conocimientos existe con los individuos ...**
- b)Somos los individuos los que transformamos los conocimientos en soluciones ... y en “activos”.**
- c)La fuente más importante de conocimientos es la sociedad que debe ser visualizada como un complejo sistema de innovación.**
- d)La capacidad de un grupo social (empresa) para gestionar los conocimiento le ofrece ventajas competitivas frente a los demás.**

3- Conocimiento, creatividad e innovación: la educación versus las empresas. Crear una empresa y/o ganar dinero?



3- Conocimiento, creatividad e innovación: la educación versus las empresas.



INNOVACIÓN



Ideas

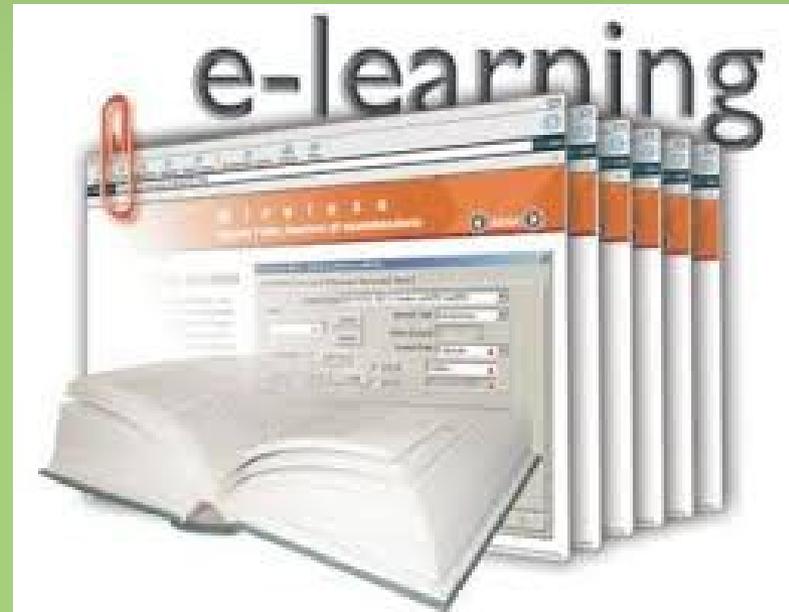


Trabajo
(ejecución)



Valor

3- Conocimiento, creatividad e innovación: la educación ~~versus~~ y las empresas.



Aprendizaje social

3- Conocimiento, creatividad e innovación: la educación ~~versus~~ y las empresas.

Método Suzuki

Trabaja con niños en etapa preescolar, hacia una visión de ser humano superior, se enseñan destrezas de lo simple a lo complejo, y se busca que estén bajo la guía de maestros con gran sensibilidad artística.

El primero en aprender a ejecutar será el padre o madre, ya que es necesario un ambiente netamente musical, y la música se percibirá como algo natural,

“Si Mozart habría nacido en un establo, sin un instrumento musical, no habría desarrollado su talento, pero si se tiene una flauta y un ambiente musical y alguien que te enseñe, se puede aprender”

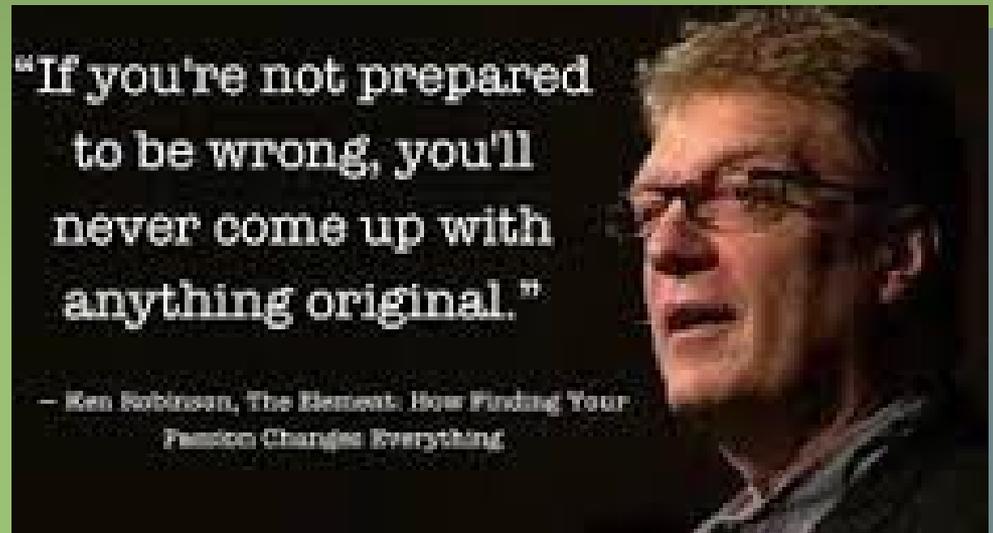
Lucila Broughton.



Shinichi Suzuki

“El talento se desarrolla”

3- Conocimiento, creatividad e innovación: la educación ~~versus~~ y las empresas.



Ken Robinson

Suprimir la jerarquía las de asignaturas, las matemáticas no son más importantes que la música.

Cambar las asignaturas por ***disciplinas***.

El plan de estudios tiene que ser ***personalizado***.

La Educación del futuro... elemento - pasión - inteligencia



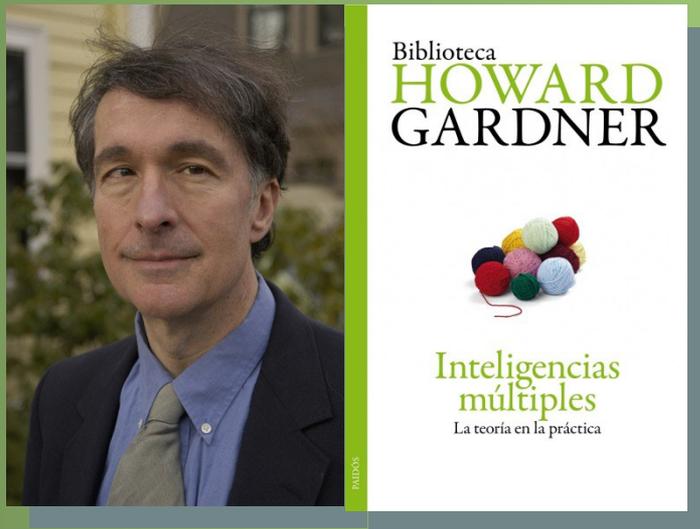
La propuesta educativa ... permitamos que el niño desarrolle "su" inteligencia ..., que encuentre su "elemento", que aproveche sus habilidades.



3- Conocimiento, creatividad e innovación: la educación ~~versus~~ para las empresas.

Inteligencia.

Es la capacidad de ordenar los pensamientos y coordinarlos con las acciones (Gardner, 2011).



Howard Gardner



“La capacidad de resolver problemas o de crear productos que sean valiosos en una o más culturas”.

Inteligencias múltiples (Howard Gardner, 1983).



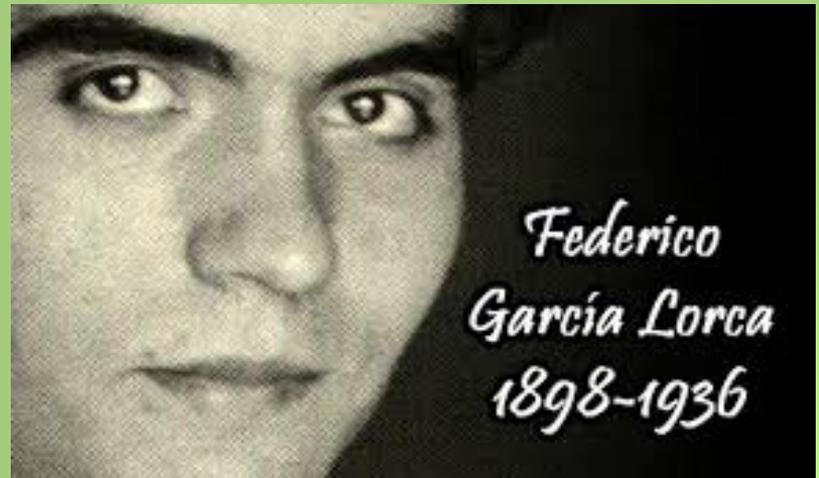
Congreso Solvay 1927
Inteligencia lógica-matemática.



Inteligencia corporal cinestésica

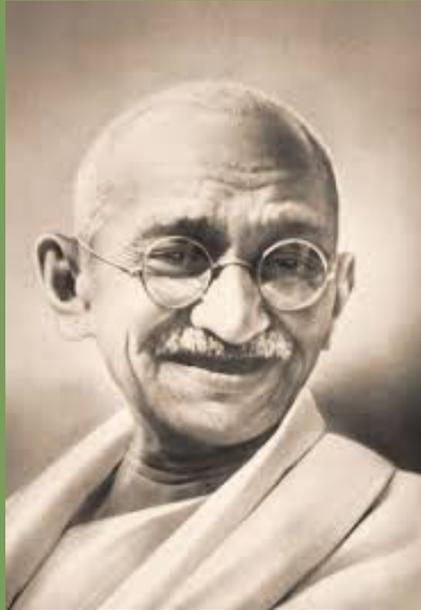


Inteligencia Musical

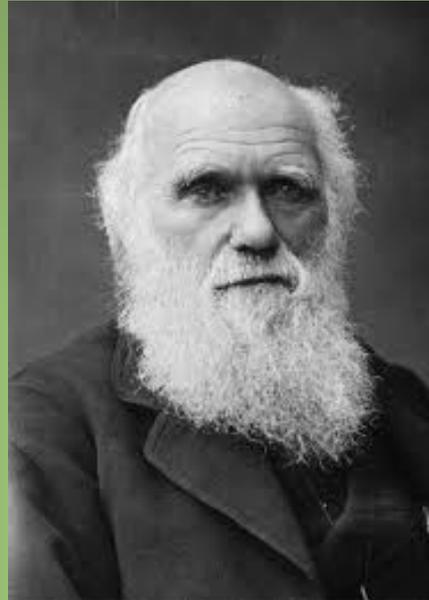


Inteligencia lingüística.

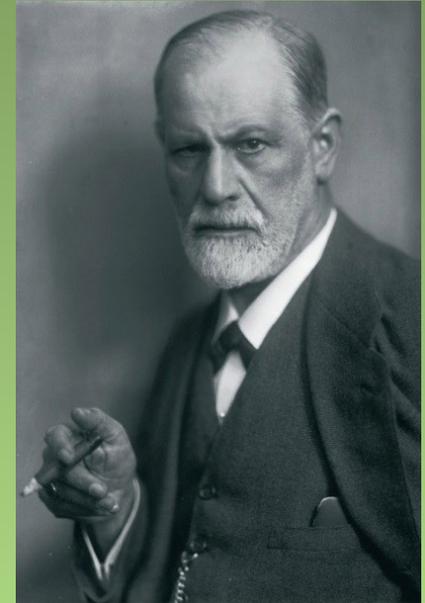
Inteligencias múltiples (Howard Gardner, 1983).



Gandhi Inteligencia interpersonal o social



Darwin Inteligencia naturalista o de comunicación con la naturaleza .



Sigmund Freud Inteligencia intrapersonal.



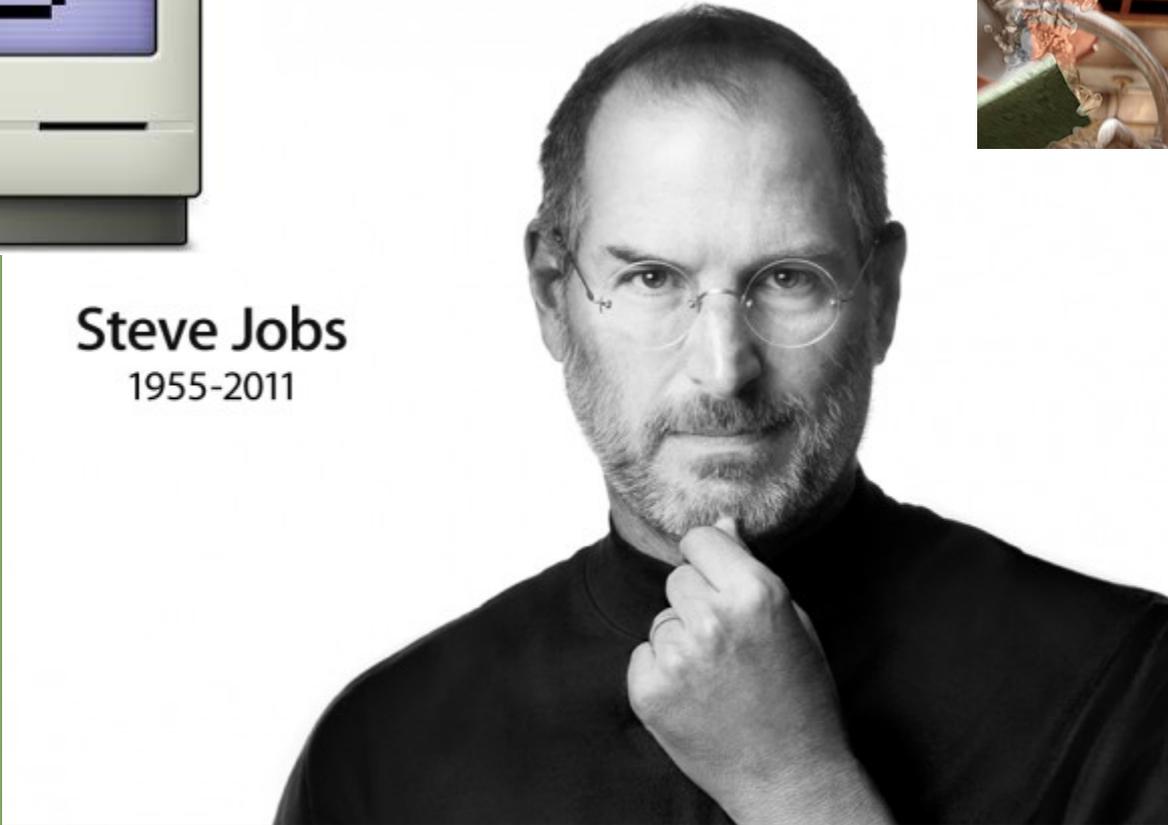
Guernica de Pablo Picasso Inteligencia visual y espacial

"Del conocimiento a la innovación, una estrategia de diferenciación en el mercado"

Inteligencia → talento



Steve Jobs
1955-2011



Toy Story 3
facturó > U\$S 1
billón

Pensamiento lateral, divergente o salvaje

Creatividad, concepto.



Individuo creativo (Ponti & Ferrás, 2008).

Competencias psicológicas (tener la creencia de ser creativo, autoconocimiento, introspección o mundo interior rico, automotivación elevada, curiosidad mental, pensamiento lógico y pensamiento lateral, intuición y razón);

Competencias comportamentales (capacidad para formular problemas y convertirlos en focos creativos, búsqueda regular de ideas, actitud transgresora, actitud aventurera, liderazgo creativo, pensamiento ingenuo);

Competencias técnicas (conocimiento de métodos creativo y del proceso de innovación).

John Lasseter



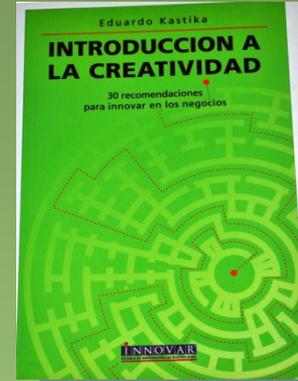
Pixar

Jonathan Ive



Apple Inc.

¿Por qué somos creativos?



Eduardo Kastika

Necesidades extremas	Exigencias	Presiones	Obligaciones	Problemas	Objetivos	Proyectos	Desafíos	Deseos	Ilusiones	Sueños	Pasiones	Ideales
Creatividad para sobrevivir				Creatividad para crecer				Creatividad para desarrollarse				

Amenazas que nos empujan



Oportunidades que nos seducen

3- Conocimiento, creatividad e innovación: la educación ~~versus~~ y las empresas.

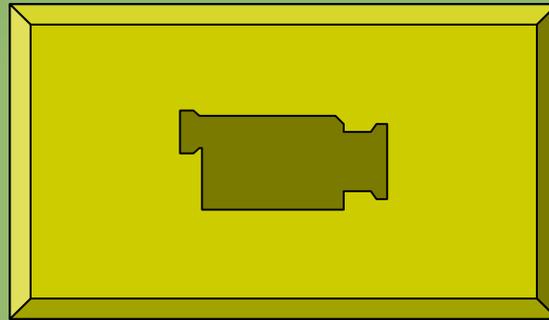


Conocimiento



Innovación

3- Conocimiento, creatividad e innovación: la educación ~~versus~~ y las empresas.



¿Cuál es la clave de la creatividad?

Conocimiento

Innovación

3- Conocimiento, creatividad e innovación: la educación ~~versus~~ y las empresas.

¿Cuál es la clave de la creatividad?

Conocimiento

Talento - inteligencia

3- Conocimiento, creatividad e innovación: la educación ~~versus~~ y las empresas.

Reflexiones:

- a) El proceso educativo visto como la piedra angular del desarrollo de una sociedad/organización.
- b) El objetivo de educar es que el individuo desarrolle su talento, su inteligencia.
- c) Los individuos inteligentes, en ambientes favorables y con los estímulos adecuados son creativos.
- d) El conocimiento y la creatividad son los primeros escalones hacia la innovación.

4- Las empresas inteligentes: la innovación como estrategia de diferenciación. Crear o morir!!!



Panorámica del Silicom Valley



Universidad de Stanford



4- Las empresas inteligentes: la innovación como estrategia de diferenciación. Crear o morir!!!

“El secreto del Silicom Valley es la gente ..., aquí ocurre una peculiar aglomeración de mentes creativas de todo el mundo que llegan atraídas por el ***ambiente de aceptación a la diversidad*** ...” - Vivek Wadhwa (Vicepresidente de innovación e investigación)



INNOVACIÓN

Es el **resultado** de un **proceso** complejo, **sistémico**, que se desarrolla en un área geográfica en un momento determinado y del que forman parte dos tipos de actividades principales, creativas y de negocio.

Este proceso parte de los **conocimientos** que dispone la comunidad y de sus habilidades para gestionarlos (investigación, desarrollo, apropiación, protección, diseminación, etc.) de forma que sumen **valor** a la organización (empresa, ONG, universidad, etc.).

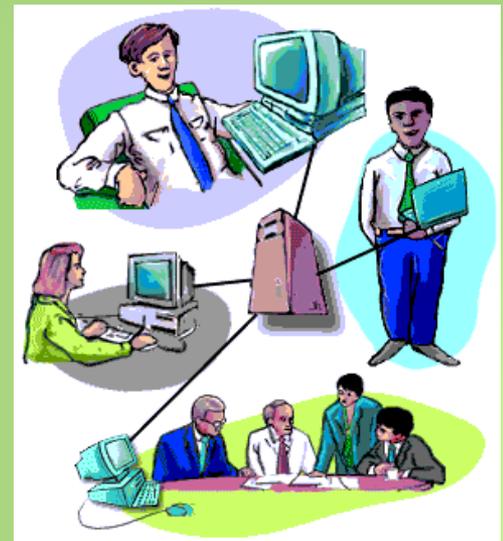
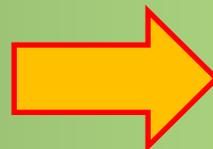
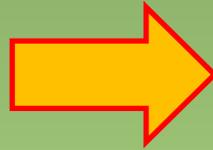
Innovación (ideas claves)

- ✓ **Personas (comunidad)**
- ✓ **Actitud (atreverse)**
- ✓ **Conocimientos**
- ✓ **Actividades (proceso)**
- ✓ **Originalidad: primera vez tiempo/lugar**
- ✓ **Aceptación (ÉXITO) en el mercado**



"Del conocimiento a la innovación, una estrategia de diferenciación en el mercado"

Innovación → solución de necesidades.

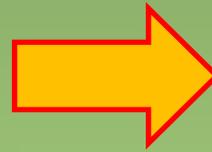
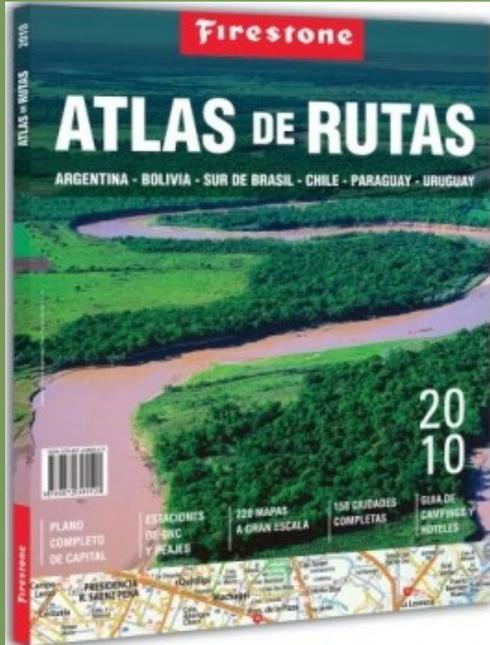


"Del conocimiento a la innovación, una estrategia de diferenciación en el mercado"

Innovación



solución de necesidades.



4- Las empresas inteligentes: la innovación como estrategia de diferenciación. Crear o morir!!!

Es la que desarrolla capacidad de generar procesos dinámicos de aprendizaje social (apropiación de conocimientos) y utiliza en forma intensiva el conocimiento disponible para generar innovación.

Luxo Jr.



Lucasfilm

Steve Jobs

Disney Studios

Venta la división de hardware de Pixar en 1990

John Lasseter
animación

Innovación

Personas (comunidad)



Novedades



LEGO® Ninjago
Nuevos niveles y enemigos te esperan en Viper Smash ZX.



LEGO® The Lord of the Rings™
Visita el nuevo website de LEGO The Lord of the Rings™!



Productos favoritos



**LEGO® Marvel™
Super Heroes**



LEGO® City



**LEGO® Hero
Factory**

Recomendaciones

LEGO® Friends



Prueba el nuevo juego de Friends: Juego del Establo

LEGO® City



Prueba el nuevo juego de City: La Mina

LEGO® Star Wars™



Explora la galaxia con el nuevo juego de batalla

ZARA

+

Dear New York,

666 Fifth Avenue
March 14



X
SHARE



"Del conocimiento a la innovación, una estrategia de diferenciación en el r

Innovación

Actividades (proceso)

ZARA

- 1- 111000 empleados en todo el mundo (**más de 5500 tiendas en 82 países**) con un formato de marca de: ZARA – PULL&BEAR – MASSIMO DUTTI – BERSHKA – STRADIVARIUS – OYSHO – UTERQUE. Vtas (2011) \$18 bill euros bruto y \$2.5 bill euros ganancias.
- 2- **Proceso continuo** (“*you need a lot of ideas from a lot of different places*”). Equipo de 350 personas que generan 18000 nuevos diseños por año = 360 diseños por semana).
- 3- **Movimiento rápido** desde el diseño al mercado. Desde idea al mercado = 4 semanas. Proceso global, de los 5 continentes, con gran economía de escala.

Innovación

Actitud (atreverse)



2011 - 1er puesto de compañía química más innovadora.

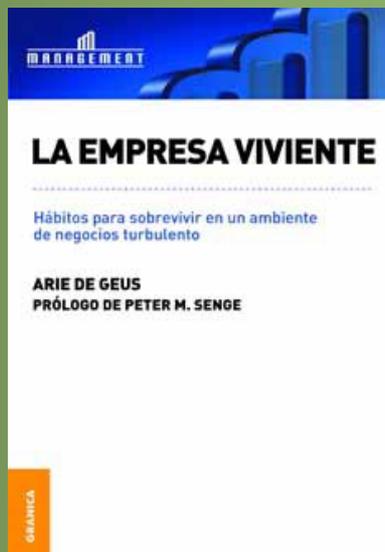
2011 se le adjudicaron **780** patentes.

(aumentó en 2011 un 10% de inversión en i+D)

4- Las empresas inteligentes: la innovación como estrategia de diferenciación. Crear o morir!!!

Empresas inteligentes

“La capacidad de aprender con mayor rapidez que los competidores quizás sea la única ventaja competitiva sostenible” - Arie de Geus



Cuatro factores de personalidad para explicar la longevidad de una empresa:

- a) Financiamiento conservador.
- b) Sensibilidad del mundo que los rodea.
- c) Conciencia de su identidad.
- d) Tolerancia a las nuevas ideas.



4- Las empresas inteligentes: la innovación como estrategia de diferenciación. Crear o morir!!!



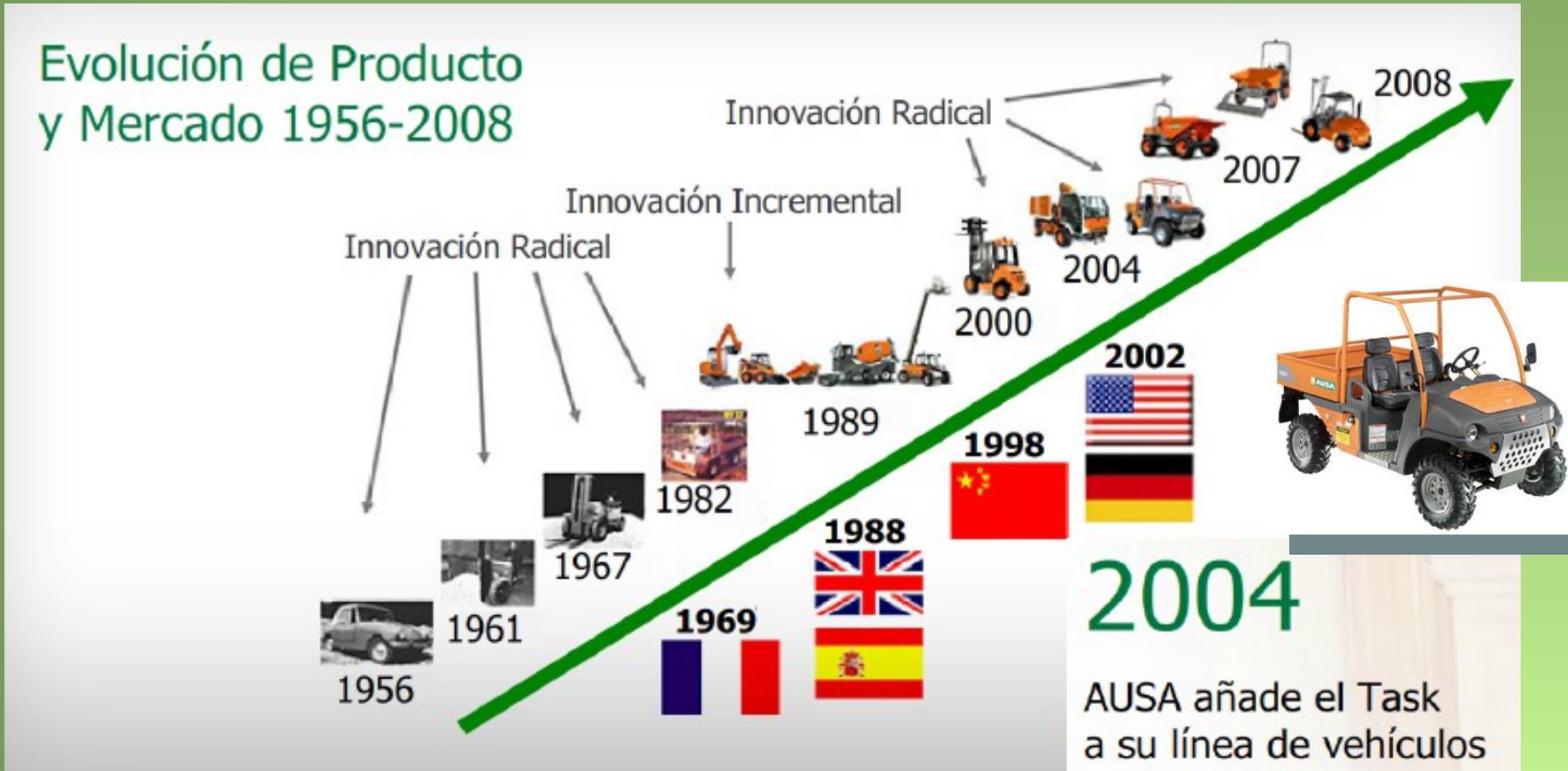
Automóviles Utilitarios, S.A.



PTV 250
(1956)



4- Las empresas inteligentes: la innovación como estrategia de diferenciación. Crear o morir!!!



4- Las empresas inteligentes: la innovación como estrategia de diferenciación. Crear o morir!!!

Recomendaciones para la estrategia:

- a) Planificar.
- b) Estudiar al adversario (competidores directos y sustitutos).
- c) Trabajar en equipo y aprovechar lo mejor de cada miembro.
- d) Conformar un equipo flexible, dinámico.
- e) Gestionar los conocimientos de la organización.
- f) Promover la creatividad.
- g) Aceptar la diversidad.

4- Las empresas inteligentes: la innovación como estrategia de diferenciación. Crear o morir!!!

Reflexiones:

- a)La innovación es el resultado de un proceso complejo, que se da en un ambiente favorable a la creatividad y respetuoso de la diversidad.**
- b)Las innovaciones hay que hacerlas cuando se va ganado.**
- c)Hay que estudiar a los competidores y anticiparse a los cambios que se vienen.**
- d)Hay que generar un continuo de innovación.**

5- Las herramientas para la innovación: del coaching al ecosistema innovador. Reflexiones y ejercicios. Como construimos una sociedad inteligente e innovadora?



Rafael Nadal y su coach, Toni Nadal.



Panorámica del Silicom Valley

5- Las herramientas para la innovación: del coaching al ecosistema innovador.

El Coaching

Es un proceso de **comunicación** en el que un coach (conductor o entrenador), **ayuda** a un coachee (cliente) a **mejorar su rendimiento** .

Promueve:

- a) La búsqueda, identificación y establecimiento de metas, objetivos y valores (Rumbo: saber a dónde queremos ir ..., el Elemento).
- b) El desarrollo de competencias y personales, profesionales hasta el nivel óptimo (dar lo mejor de uno).
- c) Ayuda a superar bloqueos mentales y emocionales (... modelos mentales de Peter Senge).
- d) Contribuye a una “mejora” en el ser, en lo personal y en lo profesional (mejor visión del entorno y mejor desempeño en él).

5- Las herramientas para la innovación: del coaching al ecosistema innovador.

El Coaching

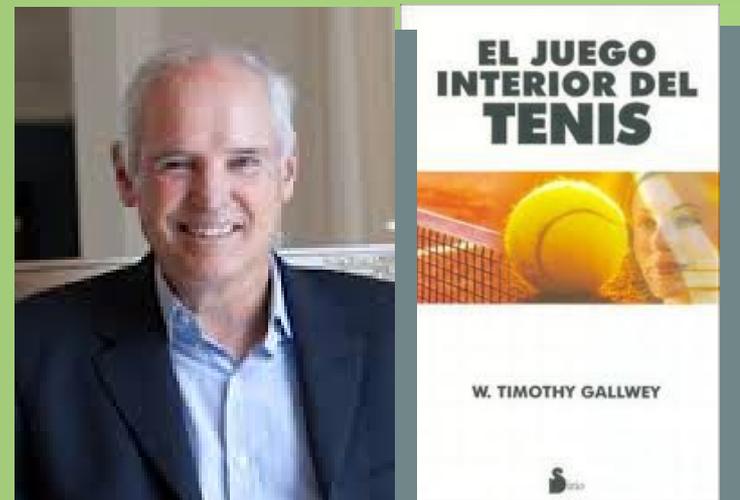
Es una metodología de aprendizaje que facilita el cambio, mejora el rendimiento y hace que la persona se sienta mejor.

Promueve la búsqueda, identificación y establecimiento de metas, objetivos y valores.

Sus orígenes



John Whitmore



Timothy Gallwey

5- Las herramientas para la innovación: del coaching al ecosistema innovador.

El Coaching

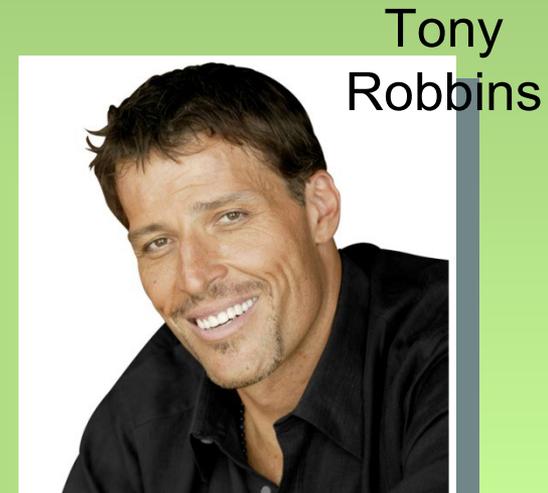
Es una metodología de aprendizaje que facilita el cambio, mejora el rendimiento y hace que la persona se sienta mejor.

Se basa en la búsqueda, identificación y establecimiento de metas, objetivos y valores.

Coaching personal



Coaching deportivo



Coaching ejecutivo

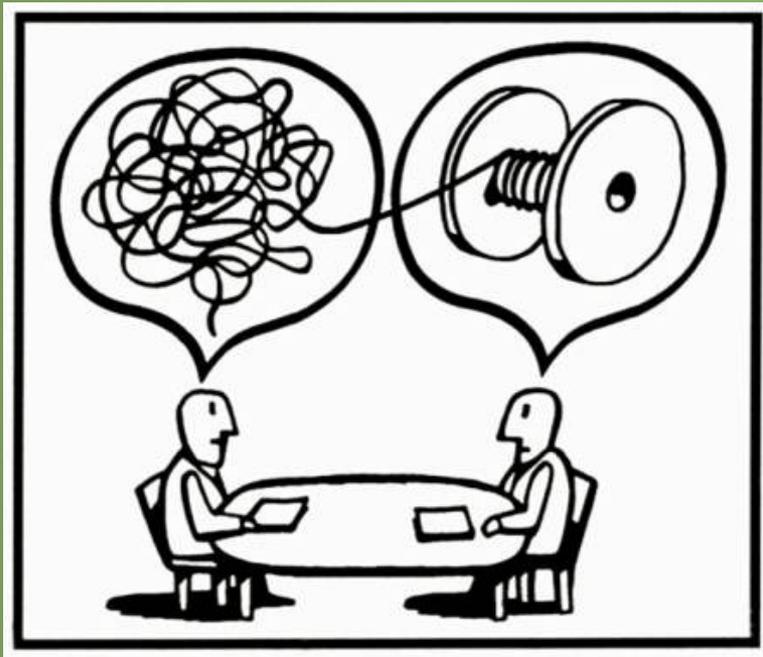
5- Las herramientas para la innovación: del coaching al ecosistema innovador.

Etapas del Coaching.

- a) Observar – la realidad ..., mirar y ver.**
- b) Tomar conciencia – guiar hacia las elecciones que toma y sus consecuencias.**
- c) Determinar los objetivos - Es esencial contar con objetivos claros.**
- d) Actuar - de forma sostenida en el tiempo.**
- e) Medir - es imprescindible comprobar si nos acercamos o alejamos del objetivo marcado para tomar acciones correctivas.**

5- Las herramientas para la innovación: del coaching al ecosistema innovador.

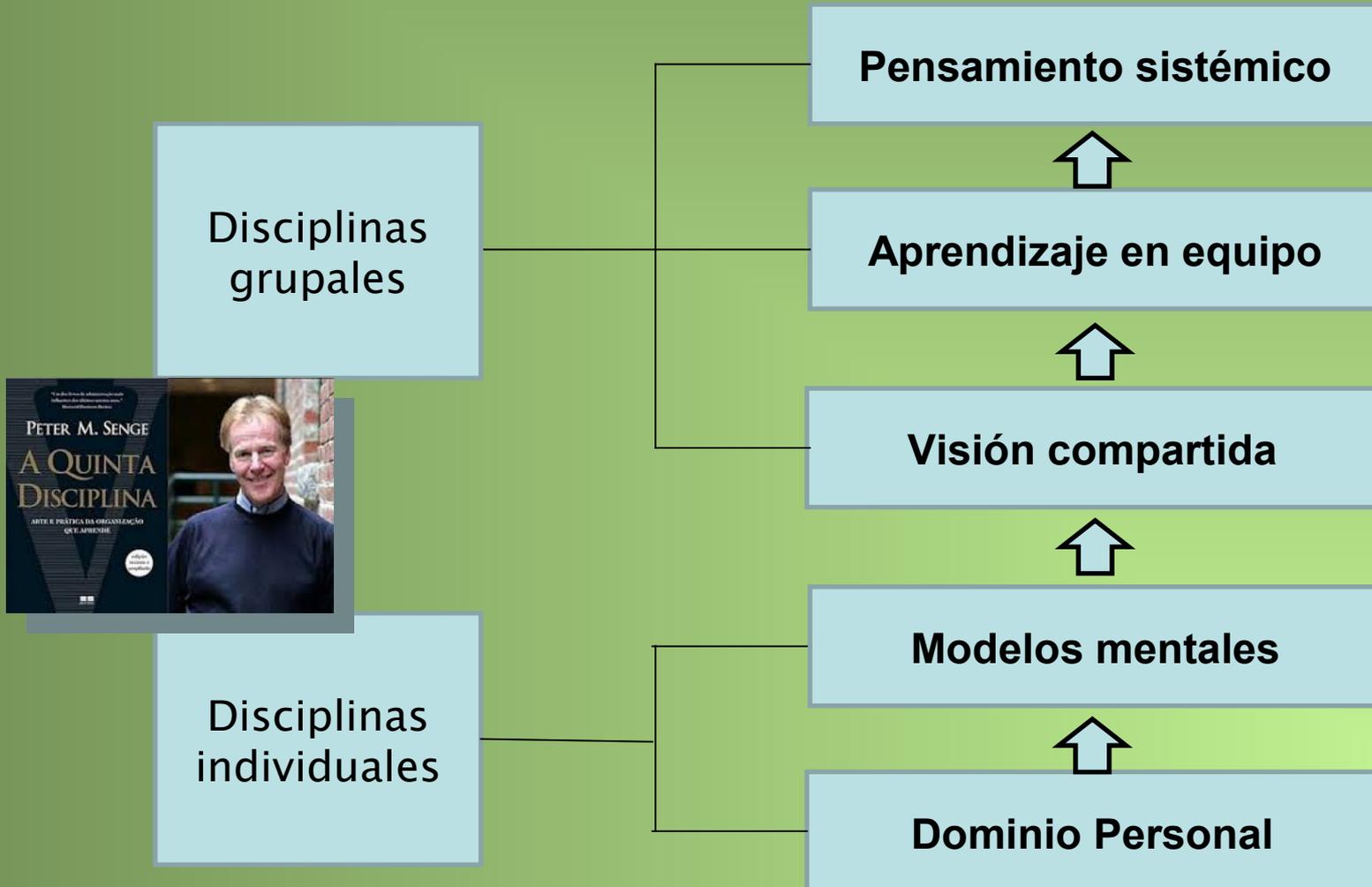
¿Qué es el Coaching?



Es una metodología que nos ayuda a aprender ...

5- Las herramientas para la innovación: del coaching al ecosistema innovador.

Organizaciones que “aprenden” y la quinta disciplina ...



Organizaciones que “aprenden” y la quinta disciplina ...

Dominio personal

Es la disciplina que permite aclarar y ahondar continuamente nuestra visión personal, concentrar las energías, desarrollar paciencia y ver la realidad objetivamente.



"Me convertí en el número uno del mundo, cuando por primera vez yo era capaz de controlar mis emociones en la pista de tenis"
Roger Federer

Aprendizaje en equipo

Es la disciplina que comienza con el “dialogo”, siguen con “eliminación de los supuestos” y desarrolla un “pensamiento de conjunto”.

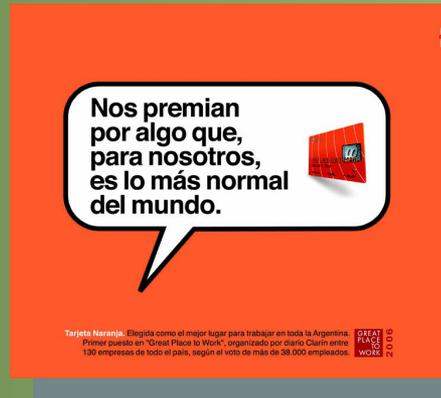
"Cada uno tiene que luchar por ser el mejor, pero sin los demás, es imposible. Absolutamente imposible"
Josep Pep Guardiola.



Organizaciones que “aprenden” y la quinta disciplina ...

Visión compartida

Es la disciplina que permite desarrollar la capacidad para compartir una imagen del futuro que se procura crear.



Alegría del trabajo:

Queremos que las personas se sientan felices, cómodas en su puesto de trabajo y que sepan hacer de cada día una experiencia positiva. Este valor nos compromete a sentirnos bien, satisfechos, seguros, acompañados y a formar equipos con amigos que tienen similares inquietudes y aspiraciones.

Modelos mentales

Son “supuestos” hondamente arraigados, generalizaciones e imágenes que influyen sobre nuestro modo de comprender el mundo y actuar.

En el futbol tradicional cada jugador tiene su puesto ..., en el futbol total todos atacan y todos defienden, cada jugador puede ocupar cualquiera de los puestos.



Organizaciones que “aprenden” y la quinta disciplina ...

Pensamiento sistémico

“Es un marco conceptual, un cuerpo de conocimientos y herramientas que permiten que los patrones totales resulten más claros y para ayudarnos a modificarlos” (Peter Senge).



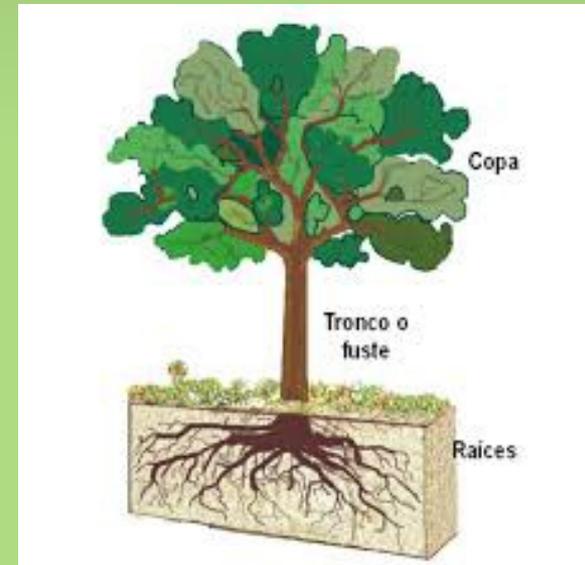
Ludwig von Bertalanffy

Teoría de sistema:

Conjunto de partes o elementos organizados y relacionados que interactúan entre sí para lograr un objetivo.

Principio básico:

Las relaciones entre los elementos que componen el sistema complejo son fundamentales.



Organizaciones que "aprenden" y la quinta disciplina ...

Pensamiento sistémico



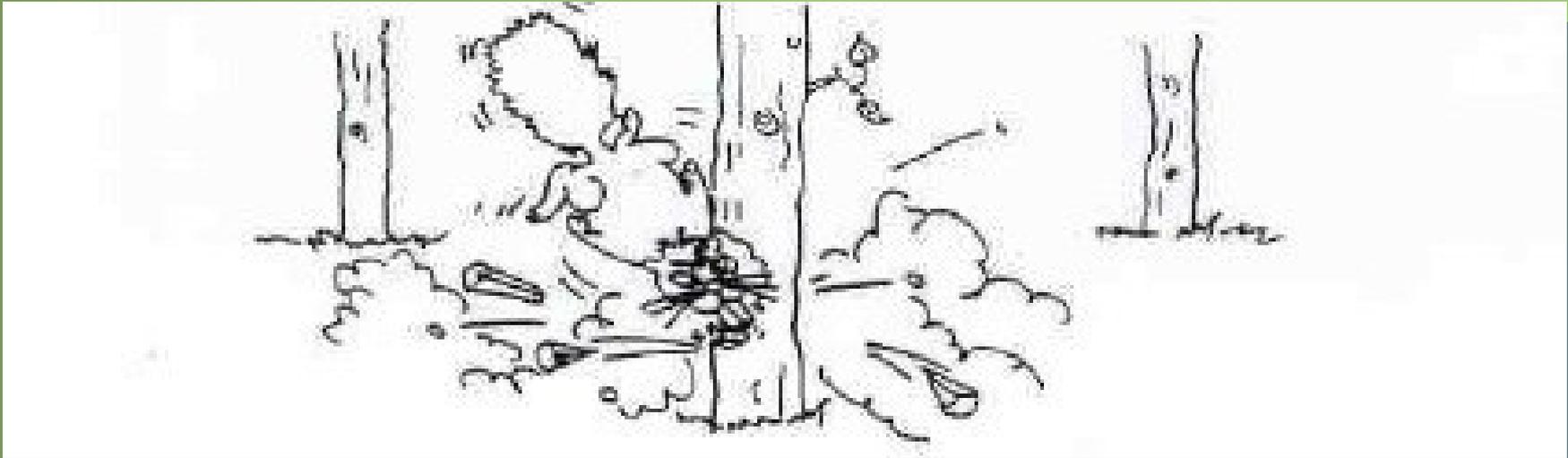
Analogía entre los sistemas iceberg y organización.

Organizaciones que “aprenden” y la quinta disciplina ...

Pensamiento sistémico

Su esencia es ...

- a) Ver las interrelaciones en vez de las concatenaciones lineales de causa efecto,
- b) Ver procesos de cambio en vez de “instantáneas”.



Organizaciones que “aprenden” y la quinta disciplina ...

Pensamiento sistémico

Su esencia es ...

- a) Ver las interrelaciones en vez de las concatenaciones lineales de causa efecto,
- b) Ver procesos de cambio en vez de “instantáneas”.

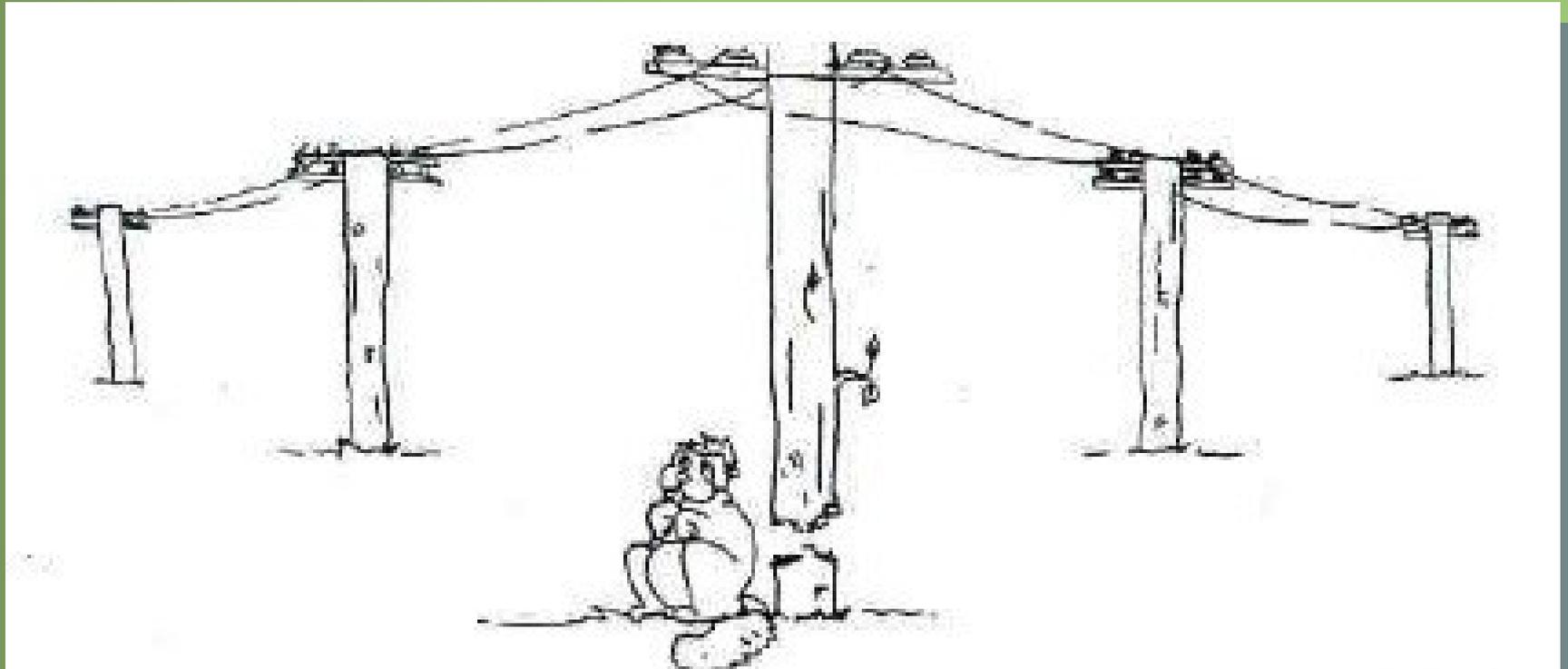


Organizaciones que “aprenden” y la quinta disciplina ...

Pensamiento sistémico

Su esencia es ...

- a) Ver las interrelaciones en vez de las concatenaciones lineales de causa efecto,
- b) Ver procesos de cambio en vez de “instantáneas”.



5- Las herramientas para la innovación: del coaching al ecosistema innovador.

Pensamiento sistémico, el caso de ...

hannover re



La valía de los líderes se mide por sus aportaciones a los modelos mentales de otros (Del decálogo de Hanover).

Bill O'Brien se centró en pasar de ser una estructura tradicional basada en resolver los problemas que surgían y, por lo tanto, funcionar a merced de estos a ser un ***thinking system*** donde cada trabajador podía encontrar su lugar y desarrollar lo que él sabía hacer y, a la larga, anteponerse a los problemas antes de que estos surgiesen.

5- Las herramientas para la innovación: del coaching al ecosistema innovador.

Ecosistema Innovador



Google es la mejor empresa de EEUU para trabajar (Fortune).

Nuestra cultura

La gente que la conforma es lo que verdaderamente hace que Google sea el tipo de empresa que es. Contratamos a personas inteligentes y decididas, y valoramos el talento más que la experiencia.



5- Las herramientas para la innovación: del coaching al ecosistema innovador.

Ecosistema Innovador



Panorámica del Silicom Valley



Universidad de Stanford



5- Las herramientas para la innovación: del coaching al ecosistema innovador.

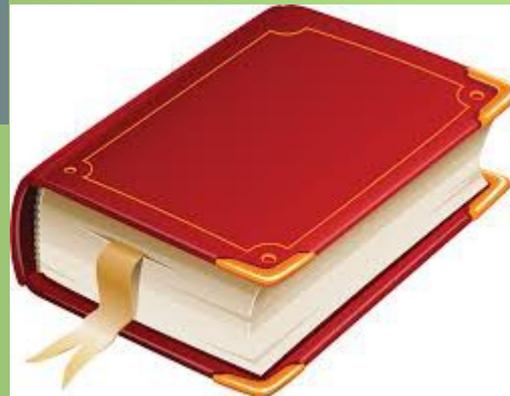
Reflexiones:

- a) Innovación tiene dos etapas: la “creativa” (parte de los conocimientos y del talento de las personas), la de “aceptación y apropiación social” (comercial).**
- b) Existen gran variedad de “herramientas” para facilitar ambas etapas, todas están dirigidas a producir cambios cognitivos en las personas.**
- c) La innovación es un fenómeno social, lo inician las personas con conocimientos y talentos adecuados, y lo completa la “población beneficiaria”.**
- d) Hay que generar una cultura favorable a la innovación, que sea la base de desarrollo de un ambiente o ecosistema innovador.**

5- Las herramientas para la innovación:

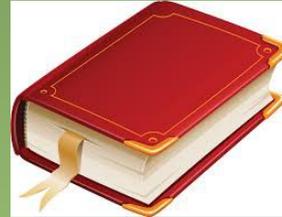
Ejercicio 1. Buscando similitudes.

¿Cuáles son las semejanzas de estos tres objetos?



5- Las herramientas para la innovación: del coaching al ecosistema innovador.

Ejercicio.



¿Cuáles son las semejanzas de estos tres objetos?

Los 3 son objetos manufacturados.

Los 3 se venden y se compran.

Son objetos tangibles.

Se pueden usar simultáneamente.

Se pueden encontrar habitualmente en el hogar.

Pueden inducir a la relación o al sueño.

Son 3 palabras.

Las 3 comienzan con una consonante.

Las 3 acaban con una vocal.

Son combinaciones de vocales y consonantes.

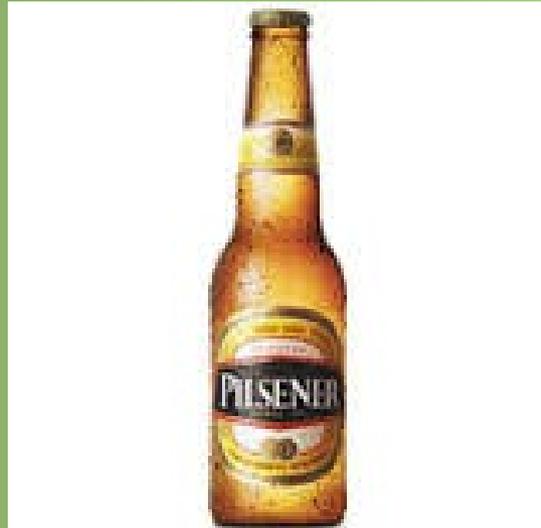
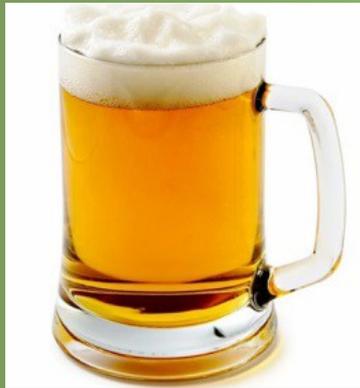
En inglés las 3 comienzan con la letra "b".

Ninguna lleva acento.

5- Las herramientas para la innovación: del coaching al ecosistema innovador.

Ejercicio.

Però una cerveza también puede ser ...



5- Las herramientas para la innovación: del coaching al ecosistema innovador.

Ejercicio.

Pero una cerveza también puede ser ...





5- Las herramientas para la innovación:

Ejercicio 2: técnica SCAMPER para innovar en camas.

Sustituir ¿Qué le podemos reemplazar?

Combinar

Adaptar

Modificar/magnificar

Proponer para otros usos

Eliminar

Reordenar/revertir



5- Las herramientas para la innovación:



Ejercicio 2: técnica SCAMPER para innovar en camas.

Sustituir

Combinar ¿con qué otro elemento podemos combinarla?

Adaptar

Modificar/magnificar

Proponer para otros usos

Eliminar

Reordenar/revertir



5- Las herramientas para la innovación:

Ejercicio 2: técnica SCAMPER para innovar en camas.

Sustituir



Combinar

Adaptar ... sacar ideas de otros negocios ...

Modificar/magnificar

Proponer para otros usos

Eliminar

Reordenar/revertir



5- Las herramientas para la innovación:

Ejercicio 2: técnica SCAMPER para innovar en camas.

Sustituir

Combinar

Adaptar

Modificar/magnificar ¿qué aspectos podemos alterar?

Proponer para otros usos

Eliminar

Reordenar/revertir



5- Las herramientas para la innovación:



Ejercicio 2: técnica SCAMPER para innovar en camas.

Sustituir

Combinar

Adaptar

Modificar/magnificar



Proponer para otros usos ¿Para qué más sirve la cama?

Eliminar

Reordenar/revertir

5- Las herramientas para la innovación:



Ejercicio 2: técnica SCAMPER para innovar en camas.

Sustituir

Combinar

Adaptar

Modificar/magnificar

Proponer para otros usos

Eliminar ¿que puede resultar superfluo en la cama?

Reordenar/revertir



5- Las herramientas para la innovación:

Ejercicio 2: técnica SCAMPER para innovar en camas.

Sustituir

Combinar

Adaptar

Modificar/magnificar

Proponer para otros usos

Eliminar

Reordenar/revertir ¿cómo hacerla totalmente distinta?



5- Como construimos una sociedad inteligente e innovadora?

Los 7 movimientos para la Innovación

- 1- Rumbo: saber a dónde queremos ir.
- 2- Equipo: involucrar a todo el mundo.
- 3- Cambio: revolucionar las estructuras internas y el contacto con el exterior.
- 4- Tendencia: anticiparnos al futuro (vigilancia tecnológica y prospectiva).
- 5- Creatividad: generar ideas disruptivas.
- 6- Proyecto: crear un continuun de innovación.
- 7- Resultados: sistematizar la innovación.



"Del conocimiento a la innovación, una estrategia de diferenciación en el mercado"



Muchas gracias ...

2- Fundamentación: inteligencias múltiples.

Dominio	Persona	Papel
Lingüística	<u>F. García Lorca</u>	Poeta
Lógico-matemática	<u>Albert Einstein</u>	Científico
Musical	<u>W. A. Mozart</u>	Músico
Visual	<u>Pablo Picasso</u>	Pintor
Kinestésica	<u>Xenia Kosorukov</u>	Bailarina
Intra-personal	<u>Sigmund Freud</u>	Psicólogo
Inter-personal	<u>Mahatma Gandhi</u>	Político
Naturalista	<u>Charles Darwin</u>	Biólogo

Comunidades de aprendizaje

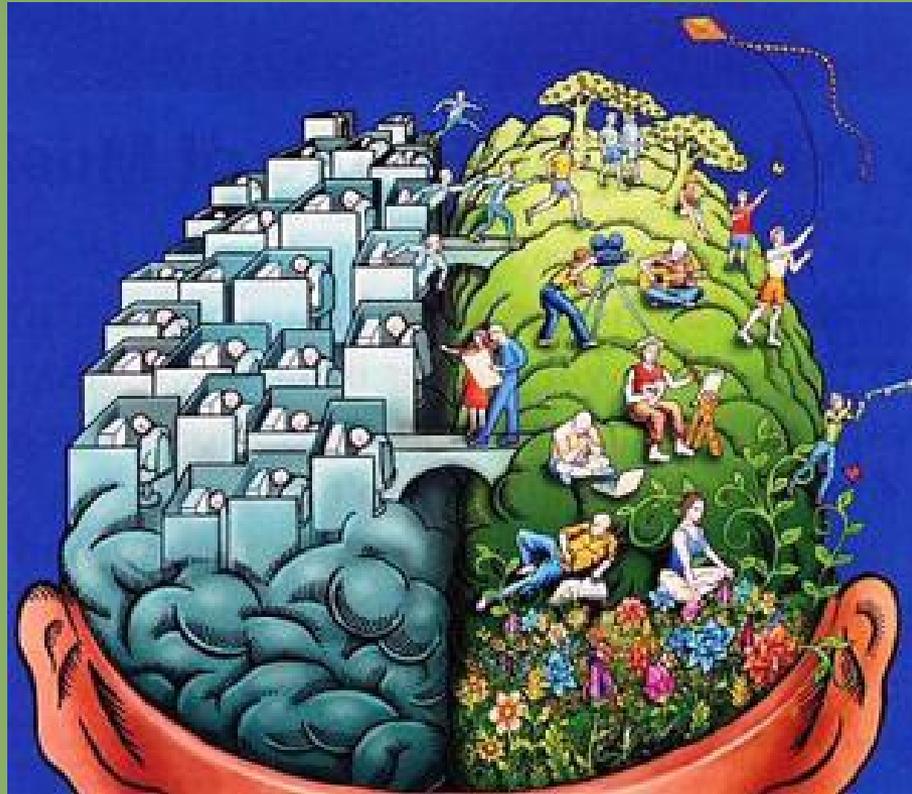
Son grupos de trabajos creados en el interior de la organización con el fin de aportar y renovar ideas, profundizar, crear, adquirir e intercambiar conocimiento relevante para la organización.



Inteligencia.

Pensamiento Lineal

Pensamiento Intuitivo



Pensamiento en Red

Creatividad, innovación, intuición, humor, conectividad

Trabajo en equipo

Compromiso
Coordinación
Confianza
Comunicación
Complementariedad



5 C