

# INNOVACIÓN Y GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO

ROBERTO CARBALLO

# INTRODUCCIÓN

## INNOVACIÓN ESPONTÁNEA E INNOVACIÓN DISEÑADA

- ❖ Investigado durante mas de 15 años sobre empresas organizaciones y personas innovadoras
- ❖ Trabajado con mas de 400 Pymes resolviendo problemas estratégicos y a sobrevivir en la competencia y el mercado.
- ❖ Trabajado para diez grandes empresas directamente en diversos programas
- ❖ Trabajado para mas de 200 consultores y formadores y ´médicos formadores
- ❖ Cursos de postgrado para profesionales y recién licenciados
- ❖ Programas mas de 600 jóvenes incorporados a una organización empresarial
- ❖ Comprendido como aprendido las cosas gracias a 3,000 alumnos que han pasado por las aulas y trabajado en métodos docentes basados en la experiencia por lo que se les ha concedido un premio de Innovación Educativa en la UCM
- ❖ Contribuido a mejorar las cosas: mejor posición, más aprendizaje, más conocimiento y saber comprender que es lo que pasa para que se produzca innovación.

# CAPITULO PRIMERO

Conforma un modelo compuesto por 6+1 variables de las que tres son decisivas Cliente, Calidad, Comunicación una es condicionante Tecnología otra es de horizonte hacia el futuro (Proyecto) y una es peligrosa errática aunque parcialmente redireccionable que es el Estilo de Dirección todas confluyen y se desarrollan más bien esto último a partir de un núcleo de expansión, como de big bang que es el Conocimiento, que no se enfoca solamente como un repositorio, sino que es un impulsor de los procesos innovadores, siendo finalmente el origen del movimiento de esta espiral de innovación siempre y cuando se respeten sus principios, métodos y necesidades.

Se centra en las famosas tres ces que son cliente, Calidad y Comunicación representado en el hexágono de invierno en torno a Orión que ser refiere al cazador que se ha convertido en el modelo de innovación Aldebarán sería el proyecto y Procyon el cliente, Castor-Pollux la calidad y Capella la tecnología, Rigel sería el estilo de dirección y Sirius la comunicación y Beteñgeuse sería el conocimiento, finalmente en el centro Orión



QUE SE APRENDE DE LAS EMPRESAS  
INNOVADORAS  
SENTIDO COMÚN  
LIDERAZGO NATURAL, COMPETITIVIDAD  
EL CLIENTE COMO NECESIDAD  
CONSTANCIA, TRABAJO Y ESFUERZO  
UNA IDEA PERSONA EN LA QUE CREER  
ENTORNO FAVORABLE  
SUERTE

A QUE SE LLAMA INNOVACIÓN DISEÑADA  
MODELO DE INNOVACIÓN  
CONSCIENCIA DONDE ESTAMOS  
PROYECTO  
IDENTIDAD  
REALIDAD  
OPORTUNIDAD  
+  
ESPACIOS DE INTERCOMUNICACIÓN LIDERAZGO  
APRENDIZAJE  
INTERCAMBIO  
GRUPO

# HACIA LA INNOVACIÓN RUTAS

## 1.- COHERENCIA EJEMPLO VALORES

- RESPETO
- RESPONSABILIDAD
- MEJORA CONTINUA
- GRUPO CALIDAD

## 2.-ESPACIOS DE INTERCAMBIO

- CONOCIMIENTO
- CONFIANZA
- FACILITACIÓN

## 3.- CLIENTE,CALIDAD COMUNICACIÓN

PROYECTO DE INNOVACIÓN.

## INNOVACIÓN: FÓRMULAS

INNOVACIÓN = F ( COMUNICACIÓN)

COMUNICACIÓN = f (GRUPO DE TRABAJO)

COMUNICACIÓN = f (IDENTIDAD ,  
CONFIANZA)

YO= F (METODOLOGÍA,HOLDING-MODELO)

MODELO DE INNOVACIÓN = F (CLIENTE,  
CALIDAD, COMUNICACIÓN)

**CLIENTE**

**PROYECTO**

**CALIDAD**

**COMUNICACIÓN**

**GRUPO DE TRABAJO**

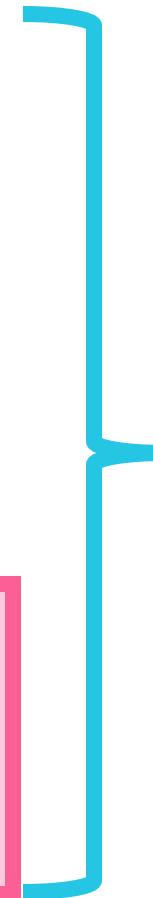
**ESTILO DIRECCIÓN**

**RUTA DE LA INNOVACIÓN**

# MODELO DE PROGRESO

**ESCASES + HOLDING  
(PERTENENCIA)**

**SUPERACIÓN → EXPERIENCIA  
(DESARROLLO ARMÓNICO)**





FÓRMULA MÁGICA  
TIRARSE A LA PISCINA  
CON FLOTADOR  
(MÉTODO)  
Y MONITOR  
(SUPERVISOR)

**El punto de partida**

**“No dejaremos de explorar y el final de la exploración**

**será el punto de partida y conocer el**

**sitio por primera vez”**

**T.S. Eliot**



CADENA DE  
SERVICIO  
-BENEFICIO-

Satisfacción y  
Fidelidad de  
los empleados

Beneficios y  
Crecimiento

Calidad y  
Valor del  
servicio

Retención y  
Fidelidad de  
los clientes



INNOVACIÓN

F (cliente)

COMUNICACIÓN

CALIDAD

ESTILO DIRECTIVO

=







INNOVACIÓN

FUNDAMENTOS

COMPETENCIA

BENEFICIO

**CLIENTE**



**CALIDAD ESTILO  
DIRECCIÓN  
COMUNICACIÓN**

**PRODUCTIVIDAD**

**RENTABILIDAD**

**ESTRATEGIA**



Agregue un pie de página



# PROYECTO PROFESIONAL MODELO DE INNOVACIÓN

CALIDAD ➤ BENEFICIO

COMUNICACIÓN ➤

PARTICIPACIÓN ➤

FRAGMENTACIÓN

JERARQUÍA



#19780878

# INNOVACIÓN: FÓRMULAS

**EXCELENCIA = F (INNOVACIÓN)**

**INNOVACIÓN= F (COMUNICACIÓN)**

**COMUNICACIÓN= f (IDENTIDAD, CONFIANZA,...)**

**YO= F (METODOLOGÍA, HOLDING-MODELO)**

**MODELO INNOVACIÓN= F (CLIENTE,CALIDAD,COMUNICACIÓN, ESTILO DIRECTIVO**



**EXPERIENCIA  
+  
TEORÍA**

**REDES  
GRUPOS**

**PODER  
Y  
SOMBRA**

**LOGOS  
Y  
EROS**

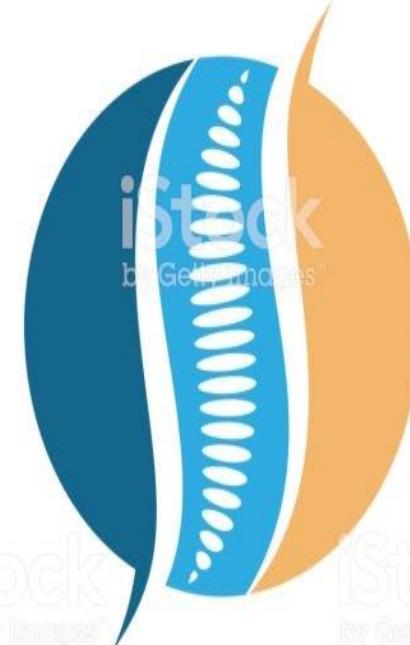
# COLUMNA VERTEBRAL: UNA BUENA DEFENSA

**SENTIDO**

**RESPETO**

**COMPROMISO**

**RESPONSABILIDAD**



# FÓRMULAS

SATISFACIÓN



ORGANIZACIÓN

INNOVACIÓN



PROYECTO

RENTABILIDAD



## ACTITUDES DIRECTIVAS

1.-DIRECCIÓN REALMENTE IMPLICADA

2.-PROMUEVA INTERCOMUNICACIÓN

3.-SEA JUSTO Y TRANSPARENTE

4.-INSPIRE CONFIANZA

5.-SEA SINCERO Y COHERENTE

6.-SEA RESPETUOSO CON LOS DEMÁS



# DESARROLLO GERENCIAL

- INNOVACIÓN
- ANÁLISIS
- PROYECTO-PLAN
- ORGANIZACIÓN
- COMUNICACIÓN
- GRUPO TRABAJO

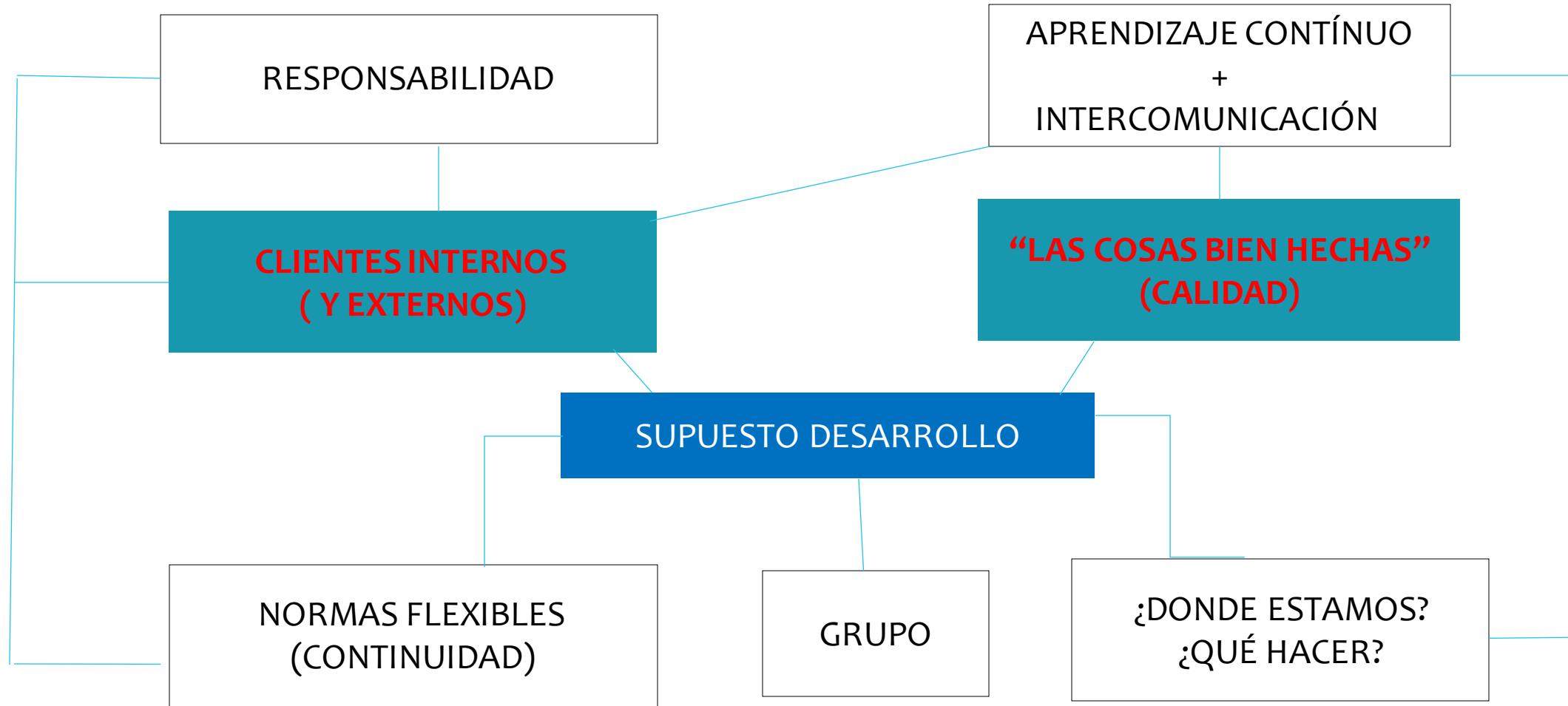
- CLIENTE
- CALIDAD-PROCESOS
- ESTILO-DIRECTIVO
- SISTEMA-VALORES
- MARKETING
- REDES

BUSINESS CONCEPT  
MARKETING AND FINANCE

**GLOBAL**

Click

# MODELO DE DESARROLLO



# UN SISTEMA DE VALORES

CLIENTES

RESPETO

COMPROMISO-----

----- RESPONSABILIDAD

MEJORA  
CONTÍNUA

INNOVACIÓN

CALIDAD

EN GRUPO

# MODELIZANDO....(frases y dichos)

**CLIENTE:**

**“Es quien paga la nómina y los beneficios”**

**CALIDAD:**

**“Aprender a hacer las cosas bien, las rutas y métodos hacia la calidad”**

**COMUNICACIÓN:**

**“Cuando se sabe, los otros son decisivos mejorar continuamente”**

**ESTILO:**

**“Las formas dependen de los contenidos”**

t{<sup>3</sup><sub>7</sub>}

# MODELIZANDO.....(potencialidades)

## CLIENTE:

Respeto + posición depresiva + dependemos de los demás + sentido de la realidad

## CALIDAD:

Desarrollo de nuestro yo+ profesionalidad+ saber aplicado + positividad

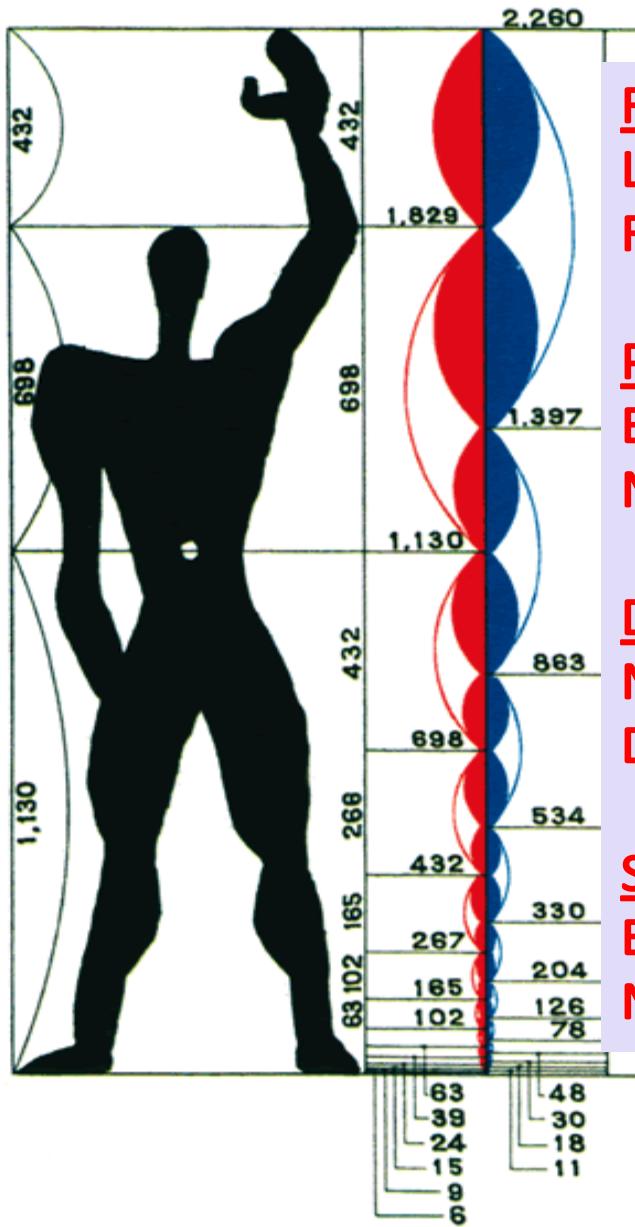
## COMUNICACIÓN:

Innovación (ampliando nuestro yo) + mejora continua + cooperación – interacción + límites

## ESTILO:

Formas y, ..... Contenidos + matices y saber + sin los otros somos menos + síntesis

# MODELIZANDO.....(CLIENTE)



## RESPETO:

LO ADQUIRIMOS POR SUPERACIÓN ANTE LA EXIGENCIA NO NOS QUEDA MÁS REMEDIO

## POSICIÓN DEPRESIVA:

BÚSQUEDA DE OPCIONES DE SUPERACIÓN  
NUNCA LLEGAMOS DEL TODO

## DEPENDEMOS DE LOS DEMÁS:

NO ESTAMOS SOLOS: IMPORTANCIA DEL OTRO  
DESARROLLAMOS LA POSITIVIDAD

## SENTIDO DE LA REALIDAD:

ES LA REALIDAD DE LA EMPRESA  
NOS SITÚA EN EL MUNDO DE LO REAL versus IDEAL

## MODELIZANDO .....(CALIDAD)

**DESARROLLO DE NUESTRO YO:**

Responsabilidad y cemento del yo

Función dadora, aportación a la sociedad

**PROFESIONALIDAD:**

Crecer haciendo las cosas mejor

Mantenerse actualizado y en el mercado

**SABER APLICADO:**

La experiencia es la madre de la ciencia

Hacer correspondiente deseo y realidad

**POSITIVIDAD:**

Nos parecemos más de lo que creemos

Crecer con lo distinto, con lo heterogéneo

# DESARROLLANDO ..... (COMUNICACIÓN)

## INNOVACIÓN:

Adelantarnos a la manifestación de la necesidad

Innovación= f (Comunicación) ..... Riesgo

## MEJORA CONTINUA:

El grupo y la red como apoyos para.....

Innovación es una suma de mejoras continuas

## COOPERACIÓN- INTERACCIÓN

Aprendemos a cooperar a través de la tarea

Relaciones Virtuales (estructuras)

## LÍMITES:

Desarrolla nuestra capacidad de convivencia

Contrasta nuestro avance, lo asegura

# **DESARROLLANDO.....(ESTILO DIRECCIÓN)**

## **FORMAS Y CONTENIDOS:**

Las formas se sustentan sobre los contenidos

Hay que cuidar los matices, las formas, los métodos

## **MATICES Y SABER:**

Los matices hacen las civilizaciones y las personas

El saber es la antesala de los matices vrs ignorancia

## **SIN LOS OTROS SOMOS MENOS:**

Sinergia y socialibilidad

Competencia posible, organización, grupo, proyecto

## **SÍNTESIS Y PRAXIS:**

Coordinamos y mantenemos centrada la tarea

Avanzamos por síntesis sucesiva

TECNOLOGÍA

CALIDAD

PROYECTO

CONOCIMIENTO

CLIENTE

ESTILO DE DIRECCIÓN

COMUNICACIÓN



## VARIABLES CLAVE

Stock  
Images™

COMUNICACIÓN

Innovation

ESTILO DIRECCIÓN

CALIDAD

by Getty Images™

PRODUCTIVIDAD

Service

CLIENTE

Stock  
Images™

Quality

by Getty Images™

Economy of scale

iStock  
by Getty Images™

## FACTORES

Stock  
by Getty Images™

REGENADOR (ESTRUCTURA)

IMPULSOR (DINÁMICA)

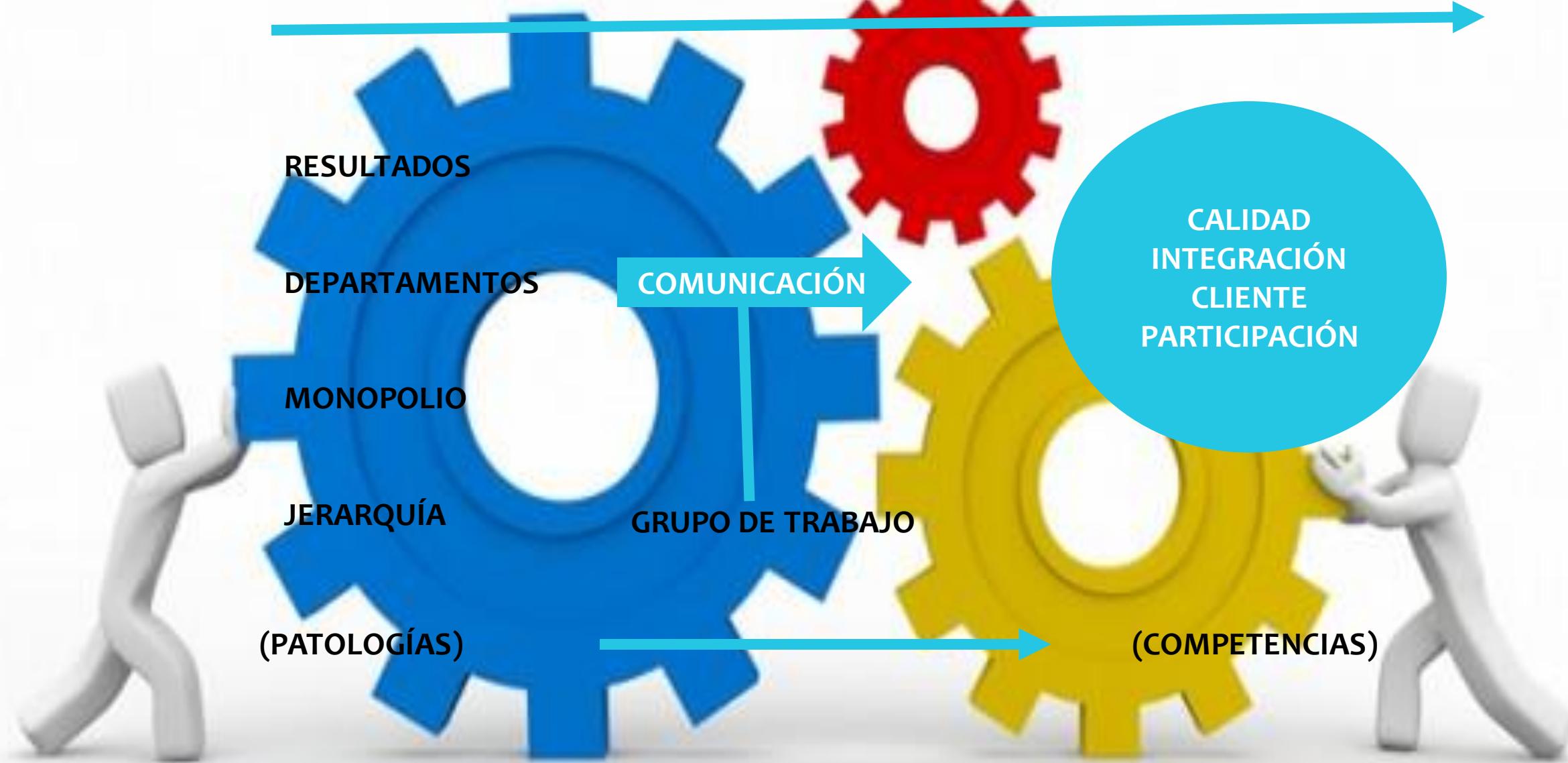
Stock  
by Getty Images™

SUBLIMADOR (COMPETENCIA)

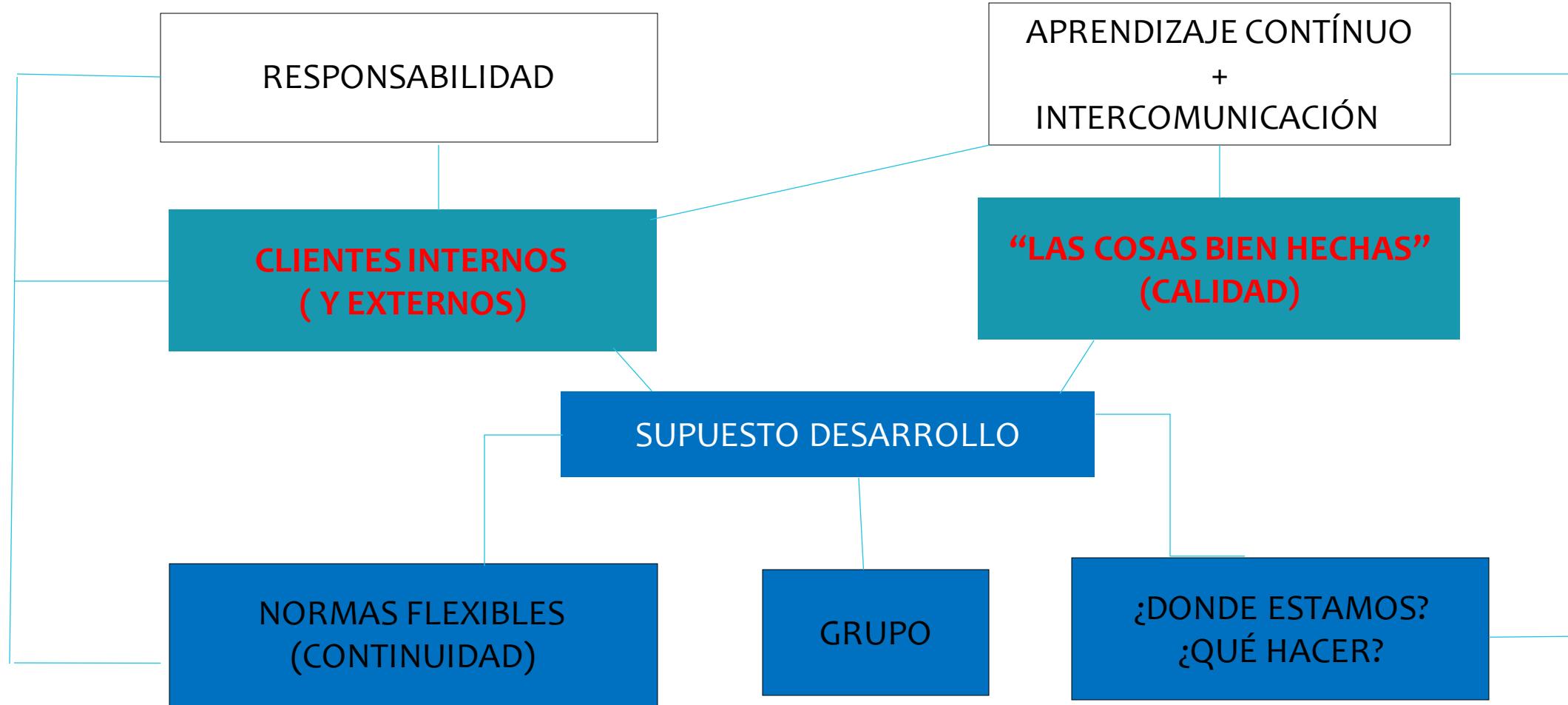
Diversification  
by Getty Images™

Value added

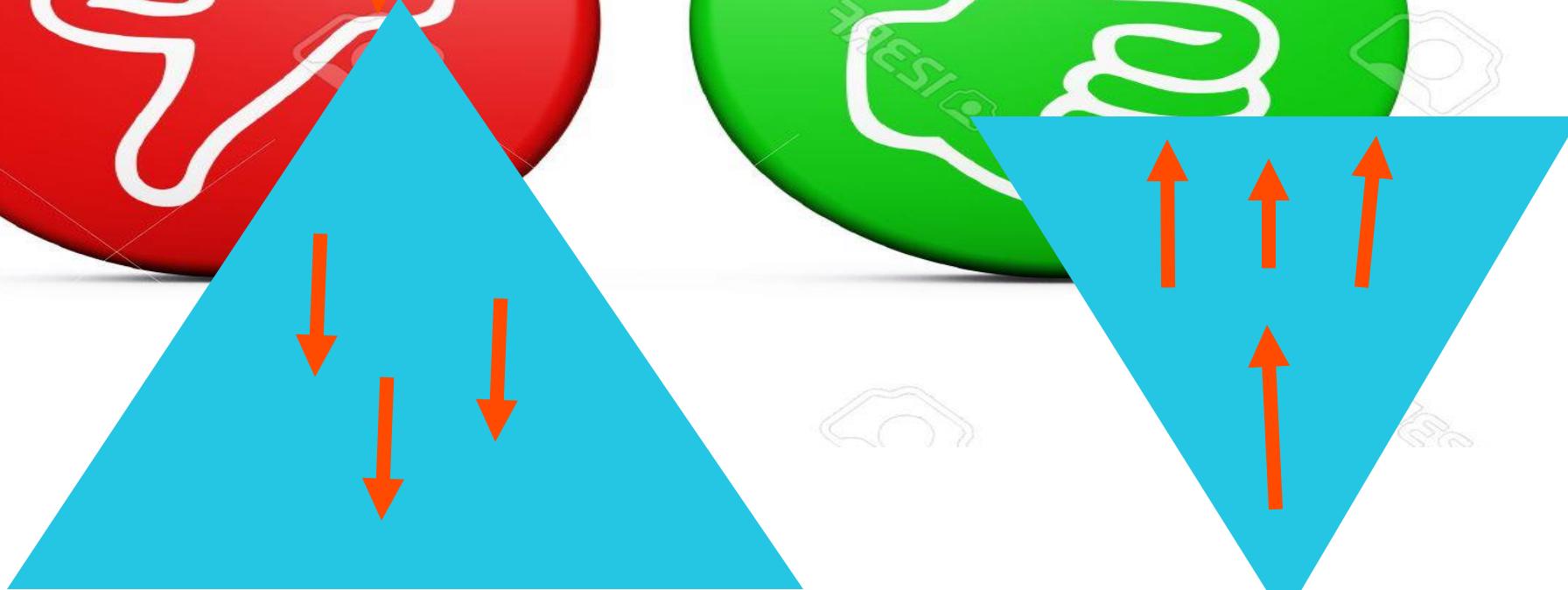
# DINÁMICA ORGANIZACIONAL



# MODELO DE DESARROLLO



# CLIENTES Y EMPRESA



**CLIENTES  
(CLIENTES ABAJO)**

**PIRÁMIDE INVERTIDA  
(CLIENTES ARRIBA)**

**CLIENTES**

# COMUNICACIÓN

# REDES

# GRUPO





# CICLO DE MEJORA E INTERNET

