



Presentación



Trabajo Final de Carrera: Gestión de Proyectos

11 de Enero 2015

Gestión del conocimiento aplicado a proyectos informáticos

Profesora: Ana Cristina Domingo Troncho

Autor: Eduardo Cordero Bouzas

- Objetivo de la presentación.
- Definición del concepto gestión del conocimiento.
- Aplicación de los SGC en las organizaciones.
- Beneficios y desventajas de los SGC en organizaciones.
- Fases de creación e implantación de SGC en organizaciones.
- Herramientas para la gestión del conocimiento.
- Ejemplos de SGC en organizaciones
- Conclusiones



OBJETIVO

Objetivo general

G1 –Esta presentación pretende demostrar los beneficios que puede reportar a una organización o empresa la gestión del conocimiento sobretodo en áreas de sistemas de información vitales en la actualidad.

Objetivos específicos

E1 – Definir la gestión del conocimiento.

E2 – Describir los beneficios de la gestión del conocimiento para las empresas.

E3 – Determinar la influencia de la gestión del conocimiento en la rentabilidad de las organizaciones.

E4 –Mencionar algunos modelos de SGC aplicados en empresas con éxito.



GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO I

Qué es ?

Es un concepto aplicado en las organizaciones, que pretende transferir el conocimiento y experiencia existente entre sus miembros, de modo que pueda ser utilizado como un recurso disponible para otros en la organización.

Qué busca ?

Su objetivo es expresar y manejar este conocimiento adquirido, logrando que este sea una **ventaja competitiva** con respecto a sus similares.

Existe una correlación entre gestión del conocimiento y éxito empresarial

Los sistemas de gestión del conocimiento (SGC), son un conjunto de tecnologías punteras que capturan, buscan, recuperan, analizan, almacenan y difunden información con objetivos de inteligencia del negocio



GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO II

Como se consigue?

La gestión del conocimiento intenta poner de relieve la ventaja competitiva a través de la innovación estratégica

Lo que distingue a una empresa de éxito es su capacidad de diseñar nuevas estrategias que cambien las reglas del juego competitivo en su sector. Ej:Skype

En referencia a la gestión del conocimiento:

“No es más que gestionar los flujos de información y llevar la información correcta a las personas que la necesitan”

Bill Gates – “Los negocios en la era digital“ 1.999

Como aplicarlo en las empresas?

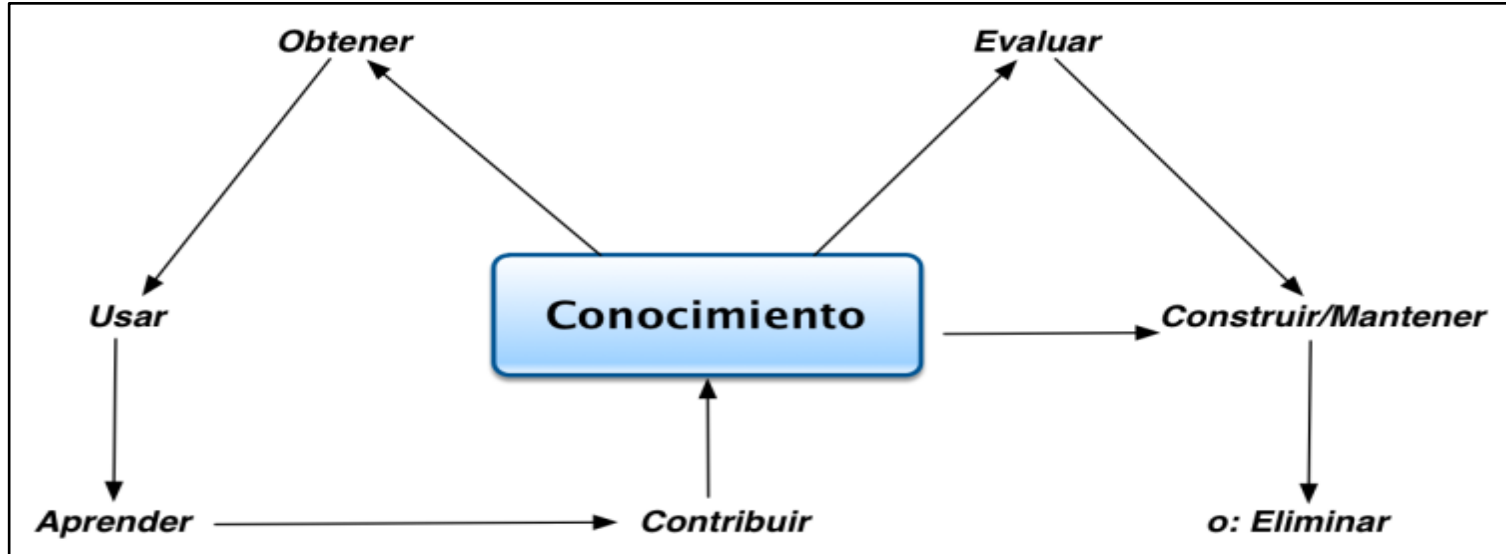
- Identificar a los lideres del conocimiento.
- Crear cultura de organización.
- Potenciar y proteger el capital intelectual.
- Incorporar mayor conocimiento a productos y/o servicios.



- Utilizar el conocimiento conseguido para tomar decisiones.

El resultado final debe ser crear una **organización que aprende**; estas son organizaciones vivas que se nutren de la capacidad de aprendizaje de sus miembros y están abiertas a cambios en su estructura, es decir, son capaces de rediseñarse continuamente a sí mismas.

Los mercados son cada vez más competitivos y la velocidad de la innovación aumenta constantemente, este factor es vital hoy en día.



Fuente: Elaboración propia

Esta cadena de trabajo implica fomentar la cooperación, el trabajo en equipo y el intercambio de información continuo entre todos los integrantes de la organización.

Capital Intelectual

- Valor intangible de la organización
- Es difícil de identificar y aún más de distribuir eficazmente. Pero quien lo encuentra y lo explota, triunfa.
- Para que triunfe deber ser medible y poder relacionar con indicadores de la empresa.

Cultura Organizacional

- Implica un alto grado de compromiso con la empresa, y crea una consciencia de grupo entre los integrantes del equipo además de hacerlos sentir poseedores de elementos diferenciadores. Implica aceptar una evolución continua junto a una transformación constante de rutinas de interacción y de procesos.

Tecnología Información y Comunicación

- Se trata del conjunto de herramientas tecnológicos asociadas a la Informática, Internet y comunicaciones que permiten conseguir ventajas competitivas y deben facilitar la toma de decisiones

BENEFICIOS







- Reducción de costes
- Generar valor añadido
- Aumentar calidad y el servicio ofrecido
- Mejorar relación con los clientes
- Proporcionar información que sirva de apoyo al proceso de toma de decisiones
- Automatización de procesos operativos complejos

DESVENTAJAS

- Resistencia al cambio
- La falta de visión de las ventajas del sistema
- Tiempo que requiere su aprendizaje
- Debe asumirse ciertos riesgos y posibles errores
- Necesidad de adaptarse a Internet , sobretodo empresas que no son del sector TIC

1. Crear **repositorios y cultura de conocimiento** (espacios físicos o virtuales donde sea posible almacenar el conocimiento explícito de los individuos que componen la organización para su posterior acceso y uso). La información y conocimiento es uno de los principales activos de la empresa.
2. **Proteger los conocimientos** críticos de la organización (de los que depende su supervivencia y competitividad)
3. **Concienciar** a todos los **niveles de la organización** de la importancia que tiene el conocimiento como activo y de su valor para la propia organización.
4. Usar los **conocimientos adquiridos** como **herramienta** de análisis y mejora.
5. Mejorar el ambiente de los trabajadores que se sienten frustrados porque no pueden **acceder a la información necesaria** en el momento adecuada.
6. Obtener un **rendimiento a la inversión** realizada en GC en la organización, pero sin perder de vista la estrategia y los objetivos de la compañía.



<i>Àmbitos de Aplicación</i>	<i>Beneficios</i>	<i>Indicadores</i>
 <p>Mercado</p>	 <ul style="list-style-type: none"> • Mejora Imagen Corporativa • Nuevos procesos de Innovación • Reducción Time to Market • Tendencias / Investigación mercados 	<p>COSTES</p> <p>VENTAS</p> <p>INGRESOS</p> <p>CUOTA DE MERCADO</p>
 <p>Clientes</p>	 <ul style="list-style-type: none"> • Eficacia Comercial • Satisfacción Clientes • Procesos de Feedback • Nuevos Clientes • Eficiencia Publicidad y Márqueting • Eficiencia Atención Cliente 	<p>RENTABILIDAD</p> <p>PRODUCTIVIDAD</p> <p>CALIDAD</p> <p>EFICIENCIA</p>
 <p>Interno</p>	 <ul style="list-style-type: none"> • Compartición de buenas prácticas • Aprendizaje colaborativo • Emergencia de buenas ideas • Eficiencia Comunicación operativa • Gestión proyectos y operaciones • Resolución de problemas y conflictos 	<p>EFICACIA</p> <p>CLIMA Y CULTURA</p> <p>REPUTACIÓN CORPORATIVA</p> <p>VALOR SOCIAL</p>

Àmbitos de Aplicación

Beneficios

Indicadores

Mercado



- Mejora Imagen Corporativa
- Nuevos procesos de Innovación
- Reducción Time to Market
- Tendencias / Investigación mercados

Clientes



- Eficacia Comercial
- Satisfacción Clientes
- Procesos de Feedback
- Nuevos Clientes
- Publicidad/Márqueting on line
- Eficiencia Atención Cliente

Interno



- Compartición de buenas prácticas
- Aprendizaje colaborativo
- Emergencia de buenas ideas
- Eficiencia Comunicación operativa
- Gestión proyectos y operaciones
- Resolución de problemas conflictos

COSTES

VENTAS

INGRESOS

CUOTA DE MERCADO

RENTABILIDAD

PRODUCTIVIDAD

CALIDAD

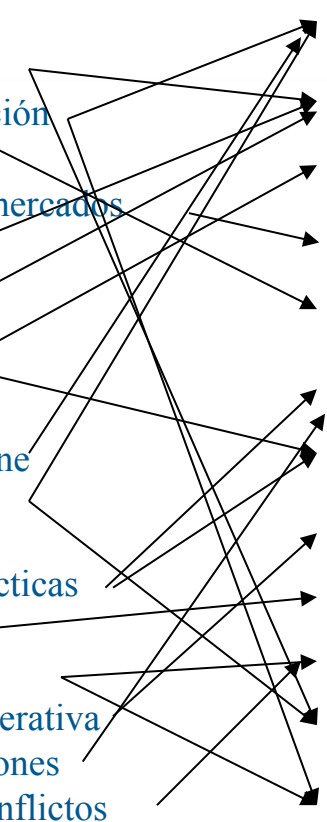
EFICIENCIA

EFICACIA

CLIMA Y CULTURA

REPUTACIÓN CORPORATIVA

VALOR SOCIAL





FACILITAR
DAR SERVICIO
CONECTAR
DINAMIZAR
PROMOCIONAR
IMPULSAR
COORDINAR

ORGANIZACIÓN

Siempre que se quiera implantar una gestión del conocimiento que impacte en los resultados es preciso una serie de cambios que afectan principalmente:

1. **Estructura Organizativa:** Hay que propiciar una estructura horizontal que le permita ser rápido y flexible. Las compañías y organizaciones exitosas son rápidas porque asumen con rapidez los cambios necesarios para reducir la burocracia y simplificar el trabajo y establecen objetivos en marcha: para volverse más rápidas y sencillas en todo lo que hacen.
2. **Cultura empresa:** Hay que crear una cultura que esté ampliamente inspirada en el desempeño. Las compañías y organizaciones exitosas poseen una cultura que favorece el buen desempeño sobre cualquier otra opción y tienen que poder medir de manera rigurosa a quienes no se desempeñan con excelencia. (Ejemplo: remuneración por objetivos personales + empresa)
3. **Ejecución Objetivos:** Marcar, comunicar y cumplir los objetivos establecidos previamente y, si es posible, excederlos. Implica motivación y competición entre áreas.
4. **Estrategia.** Es clave que la empresa se mantenga concentrada en sus estrategias de negocio y que busque un modo de propiciar un constante crecimiento del negocio central.

Comunicación de la Estrategia a la Organización

Transferir al máximo número de empleados posible, las líneas maestras de la estrategia corporativa

Herramientas y Formación colaborativas

Espacio periódico de encuentro dónde se de Formación y herramientas colaborativas. Facilita la interrelación entre áreas y personas

Premiar Conocimiento e innovación

Sistema de retribución por objetivos o mejora que permita usar el potencial de los empleados

Agentes del Cambio

Identificar personas clave en la organización con cultura de servicio y liderazgo, que impulse los cambios y ayude a resolver dudas y conflictos internos

Plan de Comunicación

De todo el programa de iniciativas, incluyendo intranets, blogs, foros presenciales, noticias...



Redes de Aprendizaje



Red abierta y permanente de intercambio y desarrollo de conocimiento del negocio. Aprendizaje informal, experimental, en RED.

Ejemplo: Universidades y Cursos Online

I+D



Agilizar los procesos de transferencia tecnológica gracias a creación de redes que unan buenas prácticas y conocimiento con líneas de comercialización y desarrollo de productos.

Ejemplo: Skype

Desarrollo Habilidades Comerciales



Habilidades para desplegar la estrategia comercial utilizando nuevas herramientas y canales.

Ejemplo: <http://www.amazon.com/>

Presencia Corporativa en las redes



Estrategias de publicidad online.
Marketing personalizado
Escucha activa
Conversar con el entorno.

Ejemplo: Facebook, LinkedIn ..etc.

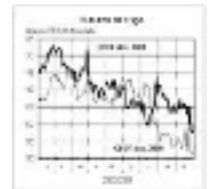
Gestión por Proyectos



Organización ligada a Proyectos
Metodologías Ágiles
Equipos multidisciplinares.

Ejemplo: www.wikipedia.org.

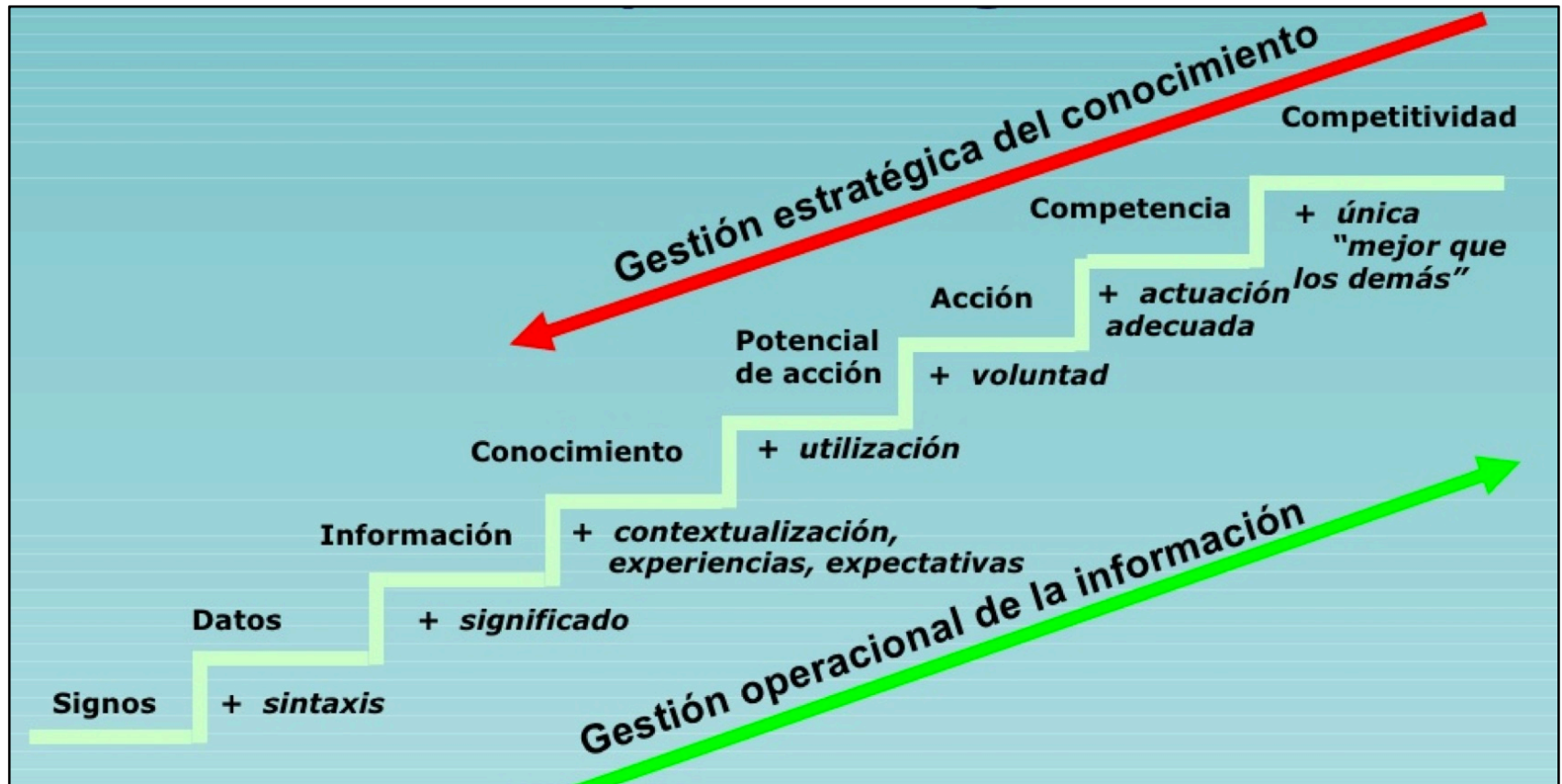
Desarrollo de Negocio



Identificación de tendencias
Diseño de nuevos productos y servicios gracias a la gestión del conocimiento interno y externo.
Exploración de nuevos mercados.
Expansión internacional gracias a la globalización de las redes.

Ejemplo: CRM, Sales Forces.

“La escala del conocimiento es la base para una empresa inteligente”



- ❑ La práctica de la **Gestión de Conocimiento** debe basarse en **quién** (personas), **qué** (conocimiento) y **por qué** (objetivos de negocio); salvando el cómo (tecnología) para el final.
- ❑ A pesar de que la **tecnología** debe y puede ayudar, **nunca debería ser el punto de salida** de un programa de Gestión del Conocimiento, empezar por aquí será probablemente pérdida de tiempo y dinero.
- ❑ Un programa de **Gestión del Conocimiento** no debería separarse del **objetivo y estrategia del negocio** (Debe ayudar a mejorarla no entorpecerla).
- ❑ Sin una **implicación** de toda la organización, la Gestión del Conocimiento es un ejercicio en vano.
- ❑ Considero que la GC aplicado a empresas brinda unas estupenda oportunidades laborales, con un gran futuro sobretodo asociado al concepto de “**Big Data**”; puestos como “Ingeniero de Conocimiento” o “Consultor de business intelligence” son opciones con enorme posibilidad de futuro que los ingenieros debemos tener en cuenta.

