

Índice

PRÓLOGO	15
Capítulo 1. El conocimiento como recurso estratégico y la cultura del aprendizaje	17
1.1. Introducción	19
1.2. Evolución de los modelos de creación de valor económico	20
1.3. El movimiento de gestión de conocimiento en las empresas	22
1.4. El valor de la empresa en la economía del conocimiento	23
1.5. El conocimiento como recurso estratégico	24
1.6. Transición de la dirección estratégica basada en la información a la dirección estratégica basada en el conocimiento	28
1.7. La cultura del aprendizaje	29
1.8. Las organizaciones que aprenden	31
Resumen	32
Preguntas de revisión	32
Caso práctico	33
Conceptos clave	35
Lecturas recomendadas	36
Esquema	36
Capítulo 2. La gestión del conocimiento	37
2.1. Introducción	39
2.2. Gestión de conocimiento como antesala del capital intelectual	40
2.3. Creación y transformación del conocimiento	41
2.4. Componentes del capital intelectual	44
2.4.1. Capital humano	45
2.4.2. Capital estructural	46
2.4.3. Capital relacional	47

2.5. Modelos para la medición del capital intelectual	48
2.5.1. El cuadro de mando integral	48
2.5.2. El monitor de activos intangibles	50
2.5.3. El Navigator de Skandia	51
2.5.4. Technology Broker	53
2.5.5. Modelo de Roos	54
2.5.6. Modelo Dow Chemical	55
2.6. Modelo para crear capital relacional	56
2.6.1. Selección y evaluación de clientes	59
2.6.2. Adquisición de conocimiento de los clientes seleccionados .	60
2.6.3. Distribución del conocimiento de los clientes seleccionados .	62
2.6.4. Proceso para utilizar el conocimiento de los clientes seleccionados	65
2.7. Papel de la dirección en el proceso de gestión del conocimiento ...	66
2.7.1. Factores facilitadores del conocimiento relacional	67
2.7.2. Modelo de factores orientadores del aprendizaje	68
Resumen	70
Preguntas de revisión	70
Caso práctico	72
Conceptos clave	73
Lecturas recomendadas	73
Esquema	74
Capítulo 3. El cuadro de mando integral	75
3.1. Introducción	77
3.2. Antecedentes del cuadro de mando integral	79
3.2.1. Orígenes del cuadro de mando integral	79
3.2.2. Hipótesis de partida del cuadro de mando integral	81
3.2.3. Gestión del CMI basada en factores críticos de éxito e indicadores	83
3.3. Desarrollo del cuadro de mando integral	85
3.3.1. Perspectiva financiera	85
3.3.2. Perspectiva del cliente	86
3.3.3. Perspectiva del proceso interno	87
3.3.4. Perspectiva de aprendizaje y crecimiento	89
3.4. Propuesta metodológica del cuadro de mando integral	90
3.5. Metodológica del CMI en instituciones públicas	93
3.5.1. El CMI en instituciones públicas	95
3.6. Ejemplo de aplicación del CMI	96
3.6.1. Descripción del contexto de Vercema S.A.	96
3.6.2. Situación de las cinco fuerzas competitivas	98
3.6.3. Estrategia de la empresa para plasmar la visión y misión en empresa	99

3.6.4. Descripción del problema y sugerencias adoptadas	100
3.6.5. Perspectiva financiera	101
3.6.6. Perspectiva de clientes	101
3.6.7. Aprendizaje y crecimiento	102
3.6.8. Procesos internos de negocio	104
3.6.9. Cuadro de mando adoptado	105
Caso práctico	115
Preguntas de revisión	116
Conceptos clave	118
Esquema	119
Capítulo 4. Tecnologías de la información y comunicación	121
4.1. Introducción	123
4.2. Factores que deben contemplar las herramientas encaminadas a la gestión del conocimiento	126
4.3. Relación entre gestión de conocimiento y tecnologías de la información	127
4.4. Concepto de <i>e-business</i> y de <i>e-commerce</i>	129
4.5. Aplicaciones <i>e-business</i>	130
4.5.1. Modelo interactivo del sitio web	131
4.5.2. Red social de trabajo	132
4.5.3. Mercado virtual para la venta	133
4.6. Estrategias para implantar las TIC	135
4.6.1. Primer nivel: presencia en Internet (PI)	137
4.6.2. Segundo nivel: herramientas colaborativas (HC)	137
4.6.3. Tercer nivel: herramientas para la transacción (HT)	138
Resumen	139
Caso práctico	139
Preguntas de revisión	142
Conceptos clave	142
Lecturas recomendadas	148
Esquema	149
Capítulo 5. Desaprendizaje organizativo	151
5.1. Introducción	153
5.2. ¿Necesitamos desaprender?	153
5.3. Contexto del desaprendizaje	154
5.4. Contexto para eliminar el conocimiento obsoleto	158
5.5. Facilitadores del desaprendizaje	161
5.6. Repercusiones del desaprendizaje en el capital intelectual	163
Resumen	163
Preguntas de revisión	164
Conceptos clave	165

Lecturas recomendadas	165
Esquema	166
Capítulo 6. Integración del conocimiento estratégico en el seno de la organización	167
6.1. Gap de conocimiento estratégico	169
6.2. Alianzas estratégicas como fuente de conocimiento	170
6.3. Modelo de alianzas estratégicas para captar conocimiento	172
6.4. Factores clave para adquirir conocimiento en una alianza	175
6.5. Factores clave para transferir, transformar y cosechar el conocimiento de una alianza	177
6.5.1. Factores que facilitan la transferencia del conocimiento	178
6.5.2. Factores que facilitan la transformación del conocimiento ...	178
6.5.3. Factores que facilitan la cosecha del conocimiento	179
6.6. Influencia del conocimiento estratégico en el capital intelectual ...	181
Resumen	183
Casos prácticos	184
Preguntas de revisión	189
Conceptos clave	190
Esquema	191
BIBLIOGRAFÍA	193