

MERCER

Human Resource Consulting

8 de mayo de 2003

Gestión del Conocimiento: la aportación de Valor de la Organización Enfoque Mercer

Madrid



Marsh & McLennan Companies



Índice

1. ¿Qué entendemos por gestión del Conocimiento?
2. ¿Para qué gestionar el conocimiento?
3. Contexto de mercado actual
4. Nuestro enfoque
5. Conclusiones

Índice

1. ¿Qué entendemos por gestión del Conocimiento?

2. ¿Para qué gestionar el conocimiento?

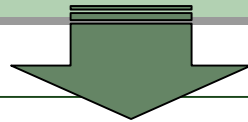
3. Contexto de mercado actual

4. Nuestro enfoque

5. Conclusiones

1. ¿Qué entendemos por Gestión del Conocimiento?

Convertir el Capital Intelectual en Capital Financiero



- La suma del conocimiento individual y el de la organización.
- La adaptación constante a las nuevas realidades de la organización a través de la gestión compartida del “casos clave”.
- La obtención, generación, actualización, estructuración, clasificación, organización y comunicación de la información relevante y de interés.
- El aprovechamiento del Know-How actual para generar nuevos conocimientos, sistemas, productos... para lograr una ventaja competitiva que nos posicione en el mercado.
- El tratamiento de los riesgos de la pérdida de conocimiento.

Índice

1. ¿Qué entendemos por gestión del Conocimiento?

2. ¿Para qué gestionar el conocimiento?

3. Contexto de mercado actual

4. Nuestro enfoque

5. Conclusiones

¿Para qué gestionar el Conocimiento?

Para mantener una posición alineada con el mercado

¿Cómo conectar con nuestro mercado?

- Requiere una estructuración de fuentes de información relevante de nuestro entorno de negocio.
- Identifica el talento de nuestros colaboradores internos.
- Reconoce la experiencia que hay en nuestra organización.
- Aporta información para la toma de datos “globales” y las actuaciones “locales”.
- Permite comprobar con rapidez la respuesta de los receptores externos.

¿Para qué gestionar el Conocimiento? (cont.)

Para incrementar la eficiencia de nuestra Estructura Interna

¿Cómo incrementar la eficiencia de nuestros Sistemas y Organización interna, de manera alienada con nuestra Cultura?

- Incide en nuestra cultura: “de la información personal al conocimiento colectivo” y cambia “qué se premia”.
- Identifica el valor “oculto”: explotación de intangibles propios del Conocimiento Tácito.
- Promueve sistemas de colaboración y formalización procesos “intuitivos” o “espontáneos”.
- Realinea la función de la tecnología como ventaja competitiva, hacia su puesta al servicio de los conocimientos técnicos, la experiencia, la propiedad intelectual, la adaptación a los mercados y la gestión eficiente de la información.
- Incrementa la capacidad de “sedimentación” de conocimiento.

¿Para qué gestionar el Conocimiento? (cont.)

Para favorecer la gestión del Capital Humano

¿Cómo lograr la mayor aportación de Valor de las personas?

- Requiere una adaptación de las competencias que requerimos a nuestros profesionales.
- Incide en la adecuación persona-puesto, para lograr una mayor satisfacción del empleado.
- Establece nuevos parámetros a tener en cuenta en la formación.
- Promueve un desarrollo profesional acorde al tipo de aportación que realiza el empleado a la Organización.
- Aporta nuevos criterios de promoción y da una salida a los puestos con “techos de cristal”.
- Cambia la visión sobre qué y cómo se compensa.
- Posibilita la retención con criterios no financieros.
- Se convierte en una herramienta de motivación e involucración de la plantilla.
- Mejora los sistemas de relevo.

¿Para qué gestionar el Conocimiento? (cont.)

Para evitar riesgos esenciales en la gestión del negocio

**¿Qué riesgos estoy
asumiendo en mi
gestión y puedo
paliar?**

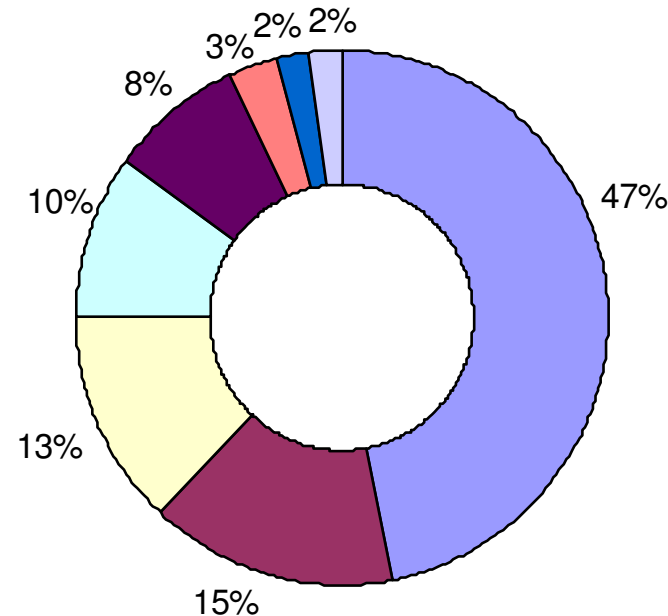
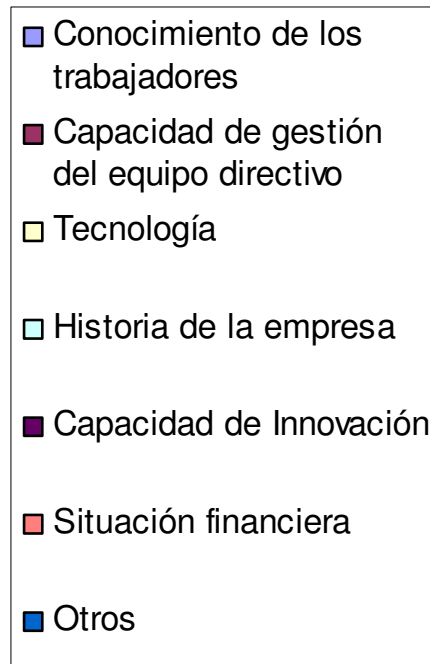
- Incide en la pérdida de conocimiento debida a la rotación de personas, el relevo u otro tipo de accidentes.
- Establece criterios de gestión segura de la información estratégica.
- Minimiza el riesgo de la pérdida de posición estratégica en el mercado.
- Evita el desaprovechamiento de información relevante.
- Disminuye la parcialidad interna y la subjetividad en la atribución de funciones, promociones...

Índice

1. ¿Qué entendemos por gestión del Conocimiento?
2. ¿Para qué gestionar el conocimiento?
3. Contexto de mercado actual
4. Nuestro enfoque
5. Conclusiones

3. Contexto de mercado actual

Factores en los que las organizaciones basan su ventaja competitiva



El 47% de las empresas españolas basan su ventaja competitiva en el Conocimiento de los trabajadores, en el primer lugar

Fuente: EOI, Encuesta sobre Gestión del Conocimiento, 2001

3. Contexto de mercado actual (cont.)

Características de las empresas que consideran la G.C su principal ventaja competitiva

	SI	NO
¿Disponen de Dpto. de RRHH?	48,6%	51,4%
¿Tienen documentados los procedimientos internos?	78,2%	21,8%
¿Consideran el comercio electrónico como vía de crecimiento?	50,4%	49,6%
¿Realizan transacciones vía internet?	74,6%	25,4%
¿Tienen implantado un sistema de Gestión del Conocimiento?	32,9%	67,1%
¿Tienen previsto implantarlo en los próximos 3 años?	42,6%	30%

El 78% de las empresas que consideran el conocimiento como su principal fuente de ventajas competitivas documentan sus procedimientos internos, pero sólo el 32% disponen de sistemas que gestionen dicho conocimiento. Un 69% de éstas tienen previsto implantar un sistema en los próximos 3 años

Fuente: EOI, Encuesta sobre Gestión del Conocimiento, 2001

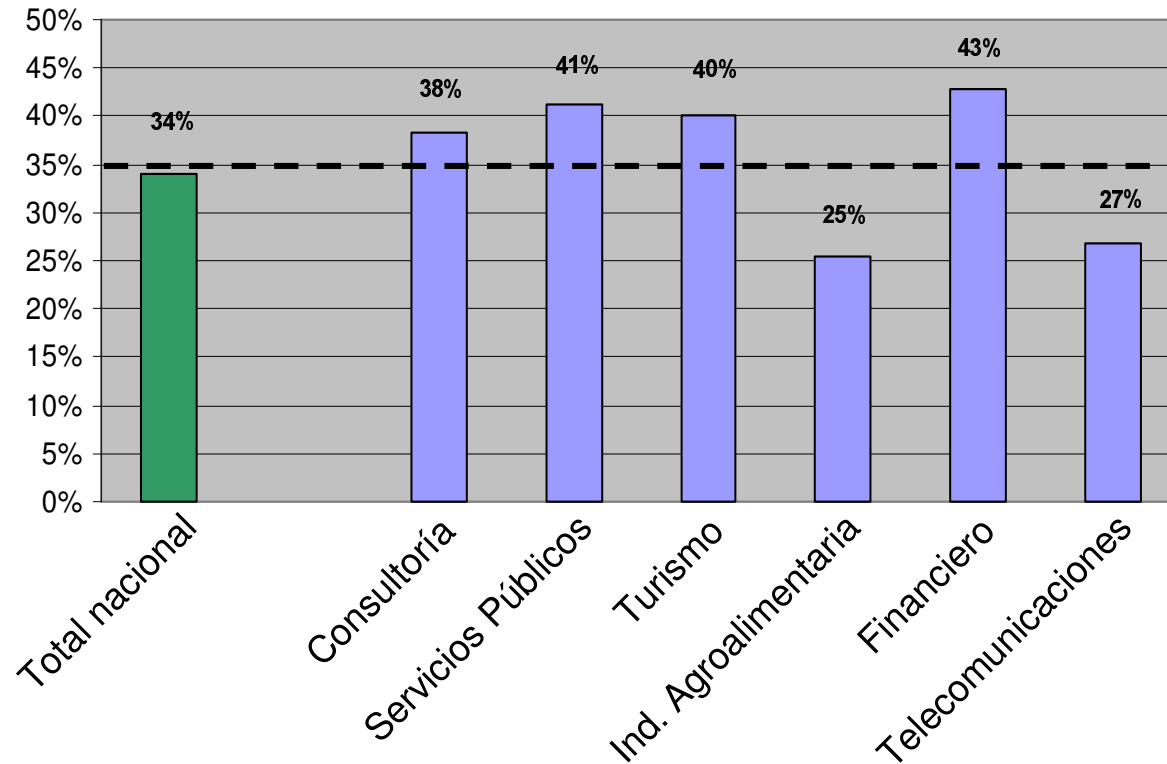
3. Contexto de mercado actual (cont.) Empresas que disponen de Unidad de G.C.

	SI	NO	NS/NC
TOTAL empresas españolas	34%	63,7%	2,3%
Por número de empleados			
De 10 a 25	25,4%	21,8%	21,8%
De 26 a 50	27,8%	69,6%	2,6%
De 51 a 100	40,6%	55,1%	4,3%
+ 100	47,4%	52,6%	-
Por facturación			
De 1,5 a 3 millones de Euros	22,7%	77,3%	-
De 3 a 6 millones de Euros	35,4%	64,6%	-
De 6 a 12 millones de Euros	23,7%	71,1%	5,3%
De 12 a 18 millones de Euros	42,4%	56,1%	1,5%

El 34% de las empresas españolas disponen en la actualidad de una persona o unidad de G.C.; un 47% cuando se trata de empresas con más de 100 empleados y un 42% cuando la facturación es superior a los 12 millones de Euros

Fuente: EOI, Encuesta sobre Gestión del Conocimiento, 2001

3. Contexto de mercado actual (cont.) Empresas que disponen de Unidad de G.C.

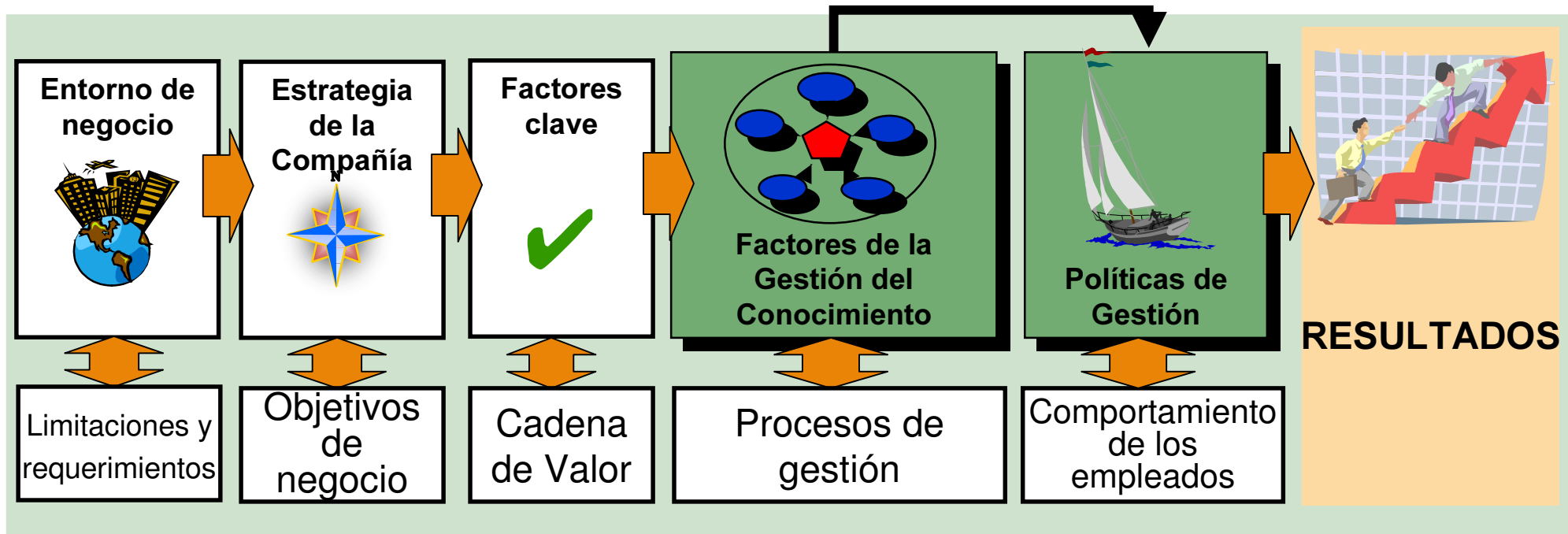


Consultoría, Servicios Públicos, turismo y actividades financieras están por encima de la media en la disposición de Unidades de Gestión del Conocimiento.

Índice

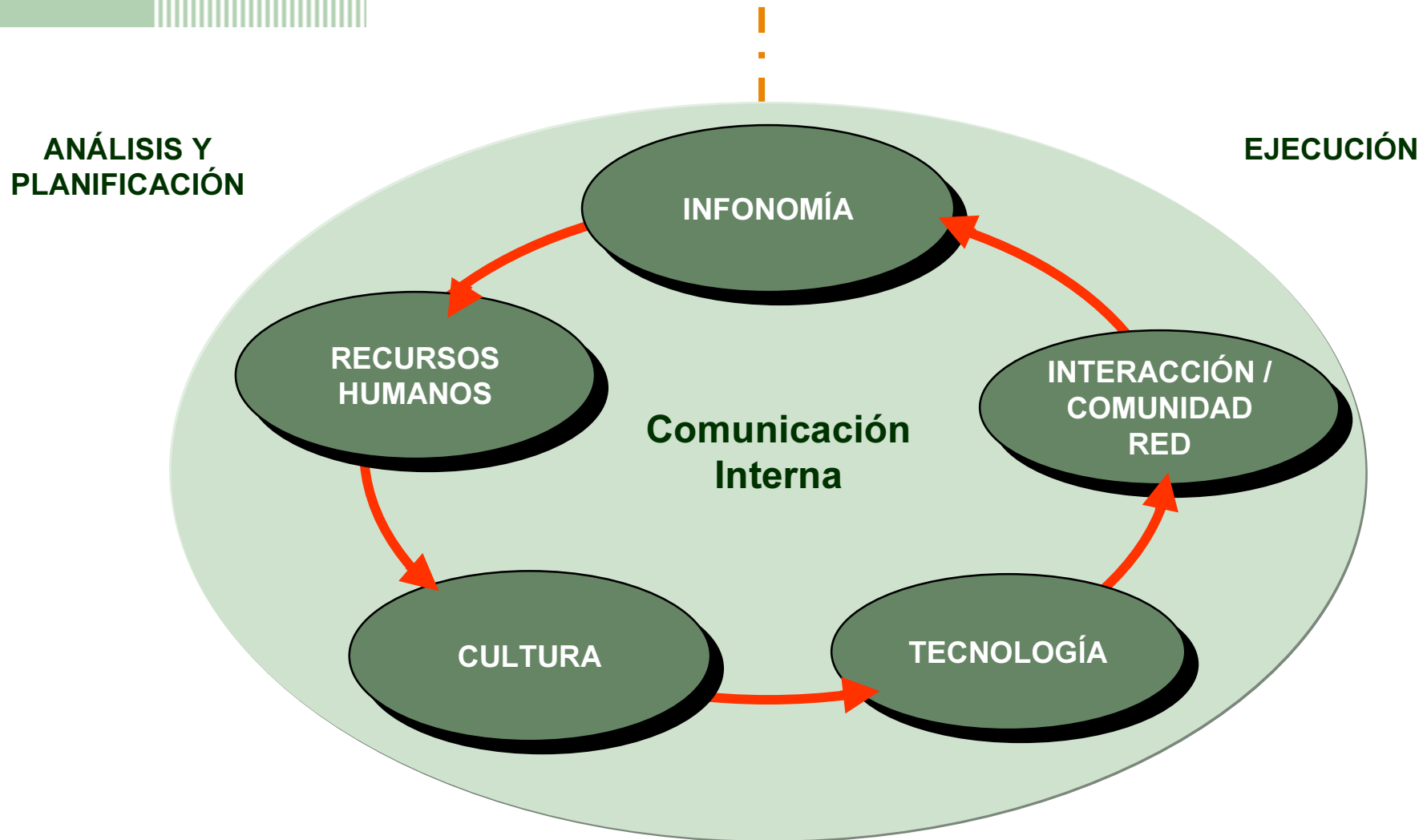
1. ¿Qué entendemos por gestión del Conocimiento?
2. ¿Para qué gestionar el conocimiento?
3. Contexto de mercado actual
4. Nuestro enfoque
5. Conclusiones

4. Nuestro Enfoque



Determinar la estrategia más efectiva para dar respuesta a los Objetivos de Negocio, mediante la maximización del beneficio y la minimización del riesgo.

4. Nuestro Enfoque Factores de la Gestión del Conocimiento



MERCER

Human Resource Consulting

8 de mayo de 2003

Gestión del Conocimiento: el Valor de la Organización Enfoque Mercer

Madrid



Marsh & McLennan Companies

Anexo I. Definiciones de Gestión del Conocimiento

- “La Gestión del Conocimiento es el arte de crear valor a partir de los activos intangibles de una organización.” Karl Sveiby
- “La Gestión del Conocimiento consiste en la práctica de la reutilización de procesos y soluciones que se han adquirido a través de la experiencia, información, conocimientos o habilidades del personal de la empresa o por búsqueda en fuentes externas.” José Águila
- “La Gestión del Conocimiento es la nueva disciplina para habilitar personas, equipos y organizaciones completas en la creación, compartición y aplicación de los conocimientos, colectiva y sistemáticamente, para mejorar la consecución de los objetivos de negocio.” William Wallace
- “Gestión del Conocimiento es un conjunto de procesos centrados en el desarrollo y aplicación del conocimiento de una empresa para generar activos intelectuales que pueden explotarse y generar valor al cumplir con los objetivos de nuestra empresa.” Javier Fernández

