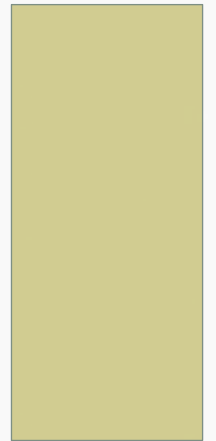


DE LA ECONOMIA DEL  
CONOCIMIENTO A LA  
ECONOMIA DEL APRENDIZAJE

14062012



# LA ECONOMÍA DEL APRENDIZAJE – LA ECONOMÍA DEL CONOCIMIENTO

- Transformación más rápida
  - reducción de los ciclos de vida del producto
  - Ciclo de vida para las competencias (reducción a la mitad el tiempo = 1 año para los ingenieros informáticos?)
  - cambios más frecuentes en las tareas de trabajo
- Un nuevo tipo de competencia
  - El aprendizaje se basa más que basada en el conocimiento
  - El éxito de las personas, empresas y regiones refleja la capacidad de aprender
- La polarización inherente a la economía del aprendizaje
  - Exclusión de los que aprenden lento - emocionante, pero estresante para los más rápidos
  - Fin de la convergencia regional europea

# PROCESO CIRCULAR ACUMULATIVO EN LA ECONOMÍA DEL APRENDIZAJE

- La selección, transformación y acelerar de cambio y el aprendizaje
  - Intensificación de la competencia selecciona las empresas que están aprendiendo rápido y las empresas seleccionar a los trabajadores que están aprendiendo rápido.
  - Los que aprenden más rápido imponen los cambios al resto de la economía
  - Como resultado hay una aceleración del cambio con un impacto positivo en la competitividad, pero con altos costos sociales.
  - Transformación de presión es cada vez más determinados a nivel global y europeo.
  - Necesidad de desaceleración de cambio en algunas áreas (Hi Tech industrias globales) y de acelerarlo en otros (construcción y la agricultura)?
  - Tasa Tobin

# UNA CONTRADICCIÓN BÁSICA EN LA ECONOMÍA DEL APRENDIZAJE

- El aprendizaje es un proceso de interacción social más exigente en términos de confianza mutua que las transacciones ordinarias en el mercado, la economía de aprendizaje es una mixta no es una economía de mercado pura!
- La cohesión social como requisito previo para las estrategias de aprendizaje generales
- Hay un elemento inherente a la economía del aprendizaje a la polarización en los mercados de trabajo y hacia la ruptura de viejas instituciones sociales. La cohesión social se socava Esta es la contradicción principal en la economía de aprendizaje y esto implica que hay una necesidad de la intervención política que mejora la capacidad de aprendizaje y redistribuye la capacidad de aprendizaje - la necesidad de un nuevo New Deal

# MECANISMOS BÁSICOS EN LA ECONOMÍA DEL APRENDIZAJE Y EL IMPACTO DE LAS POLÍTICAS

- Presión de transformar
- Políticas Macroeconómicas
- Políticas de Competencia
  - Políticas de comercio
    - ↓
- Capacidad de innovar y adaptar al cambio
- *Políticas de desarrollo del recurso humano*
  - *Políticas de Educación*
  - *Políticas del Mercado Laboral*
  - *Políticas de Innovación*
    - ↓
- Redistribución de los costos y beneficios del cambio
  - *Impuestos y otras políticas de transferencia*
    - *Política Social*
    - *Políticas regionales*

# UNA FUENTE IMPORTANTE PARA LA CONSTRUCCIÓN DE CAPACIDADES ES LA ORGANIZACIÓN DEL APRENDIZAJE (ORGANIZACIONES QUE APRENDEN)

- Las organizaciones que aprenden y organizaciones de redes (en Dinamarca)
  - Crear más empleo y más estable
  - Son más productivos
  - Son más activos en términos de innovación de productos
- Sin embargo, constituyen sólo el 10-15% de todas las empresas
- Los representantes sindicales y los mandos medios son agentes estratégicos del cambio

# ORGANIZACIONES QUE APRENDEN

- Definimos las organizaciones de aprendizaje, como aquellos que:
  - Son más planas y permitir la comunicación más horizontal dentro y fuera de las fronteras organizacionales
  - Establecen equipos inter-departamentales e interfuncionales y promoviendo la circulación entre los puestos de trabajo
  - Delegan la responsabilidad de los trabajadores e invierten en sus capacidades
  - Establecer una cooperación más estrecha con proveedores, clientes y centros de conocimiento.

(DK En estas empresas también tienden a involucrarse tanto en las formas directas e indirectas de participación de los empleados.)

# ¿POR QUÉ LAS ORGANIZACIONES QUE APRENDEN PROSPERAN EN LA ECONOMÍA DE APRENDIZAJE?

- Permite la renovación permanente de las competencias y capacidades como respuesta a los cambios en el medio ambiente
- Ofrece velocidad - la comunicación horizontal dentro y fuera de las fronteras de la organización y la delegación de responsabilidad es mucho más rápida que moverse verticalmente en la jerarquía de niveles múltiples



# QUÉ SE QUIERE DECIR CUANDO SE DICE QUE LA COMPETENCIA SE HA VUELTO MÁS INTENSA?

Se necesita más esfuerzos que antes de hacer el dinero - porque

Los nuevos competidores entrar en los mercados

Los competidores producen más barato que antes

Los competidores introducir productos sustitutos o mejores productos o productos al menos más atractivos

Cuanto más rápido sea el avance de las oportunidades técnicas y organizacional más fuerte será la presión de la transformación

# QUÉ PUEDEN HACER LAS FIRMAS ANTE UNA COMPETENCIA MÁS FUERTE?

- Reasignar y aumentar la eficiencia en la utilización de los recursos
- Mejorar la capacidad de responder a los cambios
- Mover a nuevos mercados geográficos
- Introducir nuevos productos y entrar / establecer nuevos mercados de productos
- Construir organizaciones de aprendizaje destinadas a las nuevas competencias con el fin de crear capacidades a largo plazo para responder a una mayor competencia

**EMPLOYMENT 1992-97 IN FIRMS EXPOSED TO MORE OR LESS STRONG  
INCREASE IN COMPETITION 1993-95 (1200 FIRMS WITH A TOTAL OF  
133.662 EMPLOYEES 1992)**

	Nov. 92	Nov. 94	Nov. 96	Nov. 97
• Strongly increased competition	68.440=100	102.5	100.1	102.1
• Somewhat increased competition	46.141=100	103.3	102.1	103.1
• Unchanged/less competition	19.071=100	103.8	104.3	103.5
• <b>Total</b>	<b>133.662=100</b>	<b>103.1</b>	<b>101.6</b>	<b>102.7</b>

## EMPLOYMENT UNSKILLED WORKERS 1992-97 IN FIRMS EXPOSED TO MORE OR LESS STRONG INCREASE IN COMPETITION 1993-95 (COVERS 1200 FIRMS WITH A TOTAL OF 133.662 EMPLOYEES 1992)

	Nov. 92	Nov. 94	Nov. 96	Nov. 97
• Strongly increased competition				
• All	68.440=100	102.5	100.1	102.1
• Unskilled	28.070=100	100.2	95.1	96.2
• Somewhat increased competition				
• All	46.141=100	103.2	102.1	103.1
• Unskilled	18.426=100	99.9	97.2	97.5
• Unchanged/decreased competition				
• All	19.071=100	103.8	104.3	103.5
• Unskilled	8.254=100	103.2	100.1	98.1

## EMPLOYMENT IN DYNAMIC FIRMS (INTRODUCED AT LEAST ONE PRODUCT INNOVATION 1993-95 AND USED ADVANCED MANAGEMENT TECHNIQUES) AND STATIC FIRMS (DID NEITHER)

	Nov. 92	Nov. 94	Nov. 96	Nov. 97
• Dynamic firms	70.227=100	103.5	103.5	106.6
• Static firms	24.983=100	99.7	96.0	93.4
• Entire DISKO subset	137.445=100	103.0	101.4	102.5

# LA PERSPECTIVA DE LA ECONOMIA DEL APRENDIZAJE IMPONE NUEVOS DESAFIOS

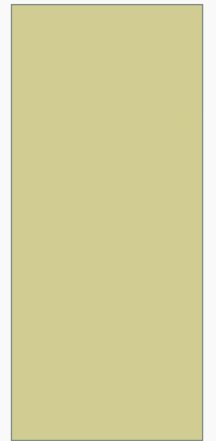
- La economía del aprendizaje sigue siendo eficaz sólo en la medida que tiene sus raíces en el capital social (confianza, integridad, solidaridad y apertura). Fuerzas inherentes a la economía de aprendizaje globalizadora socavar el capital social por el aumento de la incertidumbre y la polarización.
- La economía de aprendizaje genera nuevas perspectivas sobre la educación, el trabajo, los mercados laborales y la organización industrial-y de establecer estrategias integradas en las empresas, los sindicatos y el gobierno.

# IMPLICANCIA DE POLÍTICAS BAJO LA PERSPECTIVA DE LA ECONOMÍA DEL APRENDIZAJE

- Educación: Educar con el fin de establecer la capacidad de aprender. Dar acceso a la formación permanente.
- Los mercados de trabajo: Necesidad de instituciones del mercado laboral y sindicatos que apoyen la generación de competencias (contratos de los trabajadores de los nuevos negocios con énfasis en la creación de competencias).
- Las empresas: Promover la difusión de las organizaciones que aprenden.
- La distribución del ingreso: Necesidad de un nuevo trato con énfasis en la redistribución de la capacidad de aprendizaje.
- Responsabilidad pública para quienes se quedan atrás - de lo contrario sólo los expertos ya obtienen más capacitación.

# LEARNING ORGANIZATION

ORGANIZACIONES QUE APRENDEN





# PROCESO DE INNOVACIÓN DENTRO DE LA FIRMA

- La innovación debe basarse en los nuevos conocimientos (de R & D)
- La innovación necesita adaptarse a las necesidades de la producción (se refiere al departamento de producción).
- La innovación debe adaptarse a las necesidades de los usuarios y clientes (incluye el departamento de marketing)
- La interacción horizontal a través de las fronteras de los departamentos es fundamental para el éxito de la innovación.
- Esta es la razón por la que las organizaciones de aprendizaje no sólo son más adaptativas sino también más innovadoras!

# ORGANIZACIONES QUE APRENDEN

## LEARNING ORGANISATIONS

- Son más planas y permiten la comunicación horizontal dentro y fuera de las fronteras organizacionales
- Establecer equipos inter-departamentales e interfuncionales y promover el empleo entre las funciones de la circulación.
- Delegar la responsabilidad de los trabajadores e invertir en sus capacidades Establecer una cooperación más estrecha con proveedores, clientes y centros de conocimiento.

# LEARNING ORGANIZATION EN LA PRACTICA

1. Grupos de trabajo transversales
2. La integración de las funciones
3. Demarcaciones suavizadas
4. La delegación de responsabilidad
5. Equipos auto dirigidos
6. Los grupos o círculos de calidad
7. Sistemas de recopilación de las propuestas de los empleados
8. Actividades de educación a la medida de la empresa
9. Planificación educativa a largo plazo,
10. Salarios sobre la base de las calificaciones y funciones
11. Los salarios basados en los resultados
12. Una cooperación más estrecha con los clientes
13. Una cooperación más estrecha con los subcontratistas
14. Una cooperación más estrecha con las universidades e institutos tecnológicos

# DESDE LAS INNOVACIONES DE PRODUCTOS A UN SISTEMA INTERACTIVO COMO SISTEMA DE INNOVACIÓN

- El punto de partida es una paradoja: ¿Cómo pueden los productores desarrollar innovaciones exitosas de productos en una economía de mercado (donde los usuarios son anónimos)
- El mercado organizado, con relaciones de largo plazo en la forma de comunicación y la confianza como solución
- Micro-base de la innovación del sistema de innovación como productores que interactúan (techn. oportunidades) y los usuarios (las necesidades del usuario).

# CÓMO SE DA LA INTERACCIÓN ENTRE PRODUCTORES Y USUARIOS

El análisis se refiere principalmente a los usuarios profesionales, incluidos los consumidores que actúan como profesionales.

Productores supervisan a los usuarios en términos de sus procesos y productos

Los productores se involucran en la implementación de nuevos productos con retroalimentación - aprender de ella

Los usuarios monitorean las nuevas oportunidades tecnológicas y capacidades de los productores.

Usuarios recurren a los productores cuando se instala el nuevo producto – se aprende con la resolución de problemas.

# BASIC ASSUMPTIONS SUPPORTED BY EMPIRICAL ANALYSES(ANKER LUND VINDING 2002)

- Las firmas no innovan solas
- La relación usuario productor importa para el desempeño de la innovación
- Se prefieren las relaciones de largo plazo
- La competencia de los usuarios es de vital importancia para la interacción industria-universidad.

# CONCLUSIONES DE ESTA SECCION

- Insuficiencia de la economía estandar o la teoría de costos por ignorar la innovación en los productos
- Posicionarse en las redes (trabajo, usuarios) es una tarea para la administración
- La políticas de competencia no debe ponerse en el camino para la creación de redes y el aprendizaje interactivo.

LA GEOGRAFÍA SÍ IMPORTA  
CLUSTERS, DISTritos INDUSTRIALES  
MARSHALL, KRUGMAN

