

Índice

PRÓLOGO	IX
AGRADECIMIENTOS	XXV
INTRODUCCIÓN.....	XXVII

PARTE PRIMERA

CAPÍTULO 1. UN MODELO PARA INNOVAR

1. Innovación: estructura, método, valores	1
2. Un modelo de progreso	2
3. Innovando desde la experiencia	6
4. Cliente <i>¿versus?</i> proyecto.....	10
5. La ruta de la calidad a la innovación.....	15
6. De la comunicación a la innovación	19
7. Estilo de dirección: la variable errática	24
8. Valores e innovación	28
9. Hacia un modelo de innovación	31
10. Recapitulando.....	38
Bibliografía.....	40
Anexo I. La rosa de los vientos: qué es y cómo se hace	43
Anexo II. De las patologías institucionales	46
Anexo III. Hacia un modelo de desarrollo directivo.....	54
Anexo IV. Algunas fórmulas para despertar a Blancanieves.....	64
Anexo V. Actitudes directivas para conocer nuestra caja negra.....	68
Anexo VI. Calidad, comunicación y cliente.....	71

CAPÍTULO 2. EN BUSCA DE UNA METODOLOGÍA DE INNOVACIÓN

1. Redes interempresariales e innovación: fundamentos de una metodología ...	80
2. Principios-fundamentos de la metodología en red	89

3. Un objetivo central de los procesos innovadores: el estilo de dirección y de gerencia 99

4. El cliente como oportunidad 104

5. Metodología y sistema de valores 105

6. Modelo metodológico 109

7. Haciendo una recapitulación del Capítulo 120

Anexo I: Diseño y praxis: un proceso global 134

Anexo II: Aprendiendo de la experiencia: roles y correspondencias. Actores y setting para un proceso de autoaprendizaje..... 140

Anexo III: Caminos del aprendizaje en/de la experiencia: ciclos productivos y ritmos..... 150

Anexo IV: Orientaciones metodológicas para los profesores-facilitadores 158

CAPÍTULO 3. SISTEMAS Y HERRAMIENTAS DEL MODELO DE INNOVACIÓN

1. Introducción 165

2. Sobre herramientas para la gestión de la innovación 166

3. Sistema de indicadores para análisis y diagnóstico del estado de innovación (SIDI)..... 173

4. Grupo de trabajo, conocimiento e innovación 197

5. Del grupo de trabajo a las redes 225

6. Dinamizadores de la innovación: recursos para innovar..... 232

Anexo I. Metodología y antecedentes del grupo de trabajo..... 253

Anexo II. Orientaciones metodológicas para los profesores-facilitadores..... 258

PARTE SEGUNDA

CAPÍTULO 4. HERRAMIENTAS Y SISTEMAS PARA LA INNOVACIÓN

Introducción 267

Guillermo Bosowsky: *La investigación de públicos y cambio cultural en marketing como motor de la innovación*..... 271

Andrés Fernández Romero: *Proyecto de empresa. ¿Cómo hacer un proyecto de empresa innovador?* 286

Juan Báez: *Técnicas cualitativas en la gestión del cliente y de la empresa innovadora* 295

Ernesto Herrero: *Habilidades innovadoras de dirección: La comunicación interpersonal* 314

Eva Carballo y Roberto Carballo: *Gestión por Competencias en una Pyme. Ruta metodológica y aprendizajes*..... 333

Anexo I. La calidad de las organizaciones y responsabilidad social-corporativa	348
--	-----

CAPÍTULO 5. HERRAMIENTAS DE GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO

1. Introducción	357
2. Santiago Rivero: <i>Mapas de conocimiento y repositorios de conocimiento estructural</i>	361
3. Ángel Córdoba: <i>Portal del empleado y gestión innovadora y del conocimiento: la experiencia de Caja Madrid. ¿Cómo conseguir telarañas y redes de conocimiento en lo cotidiano?</i>	379
4. Ángel García de la Chica: <i>Gestión del conocimiento. Aplicación práctica</i>	390
5. Santiago Guillén: <i>¿Hay un espacio para el trabajo en grupo en un entorno tecnológico? ¿Qué sentido tiene la herramienta Know-Tech?</i>	409
6. Roberto Carballo: <i>Espacios de conocimiento: qué dicen los protagonistas, qué piensan los diseñadores</i>	422

EPÍLOGO: Innovación y aprendizaje ¿cuánto queda por hacer?	431
---	-----

Anexo: Innovación, conocimientos y espacios de aprendizaje: de los inhibidores a los sublimadores	443
---	-----

Bibliografía y Documentación. Relación bibliográfica y documental	461
--	-----