

KNOWLEDGE LAB, Una via per innovar

Salvador Estapé Triay, Secretari General Cercle pel Coneixement

4^a Diada de les Telecomunicacions a Catalunya

LA SOCIETAT DEL CONEIXEMENT, CLAU PER A L'ECONOMIA MODERNA



“The activity out of which something innovative emerges –a new insight about the customer, a new idea for a product, a new approach to producing or delivering it– is what we call interpretation. The interpretative process has much in common with the ways that people within a linguistic community come to understand and communicate with one another and with others in different linguistic communities. In this interpretative way of looking at business, the role of the manager has less to do with solving problems or negotiating between contending interests than with initiating and guiding conversations among individuals and groups”.

Richard K. Lester & Michel J. Piore

Índex

- ✓ Escenaris d'innovació
- ✓ Un model d'innovació basat en el coneixement
- ✓ Knowledge Lab, una via per innovar

Escenaris d'innovació

- ✓ La innovació es fonamenta en la transformació de la informació en coneixement, i la seva aplicació en nous i millors processos i productes.
- ✓ Un dels elements fonamentals del procés innovador és el que s'anomena la cultura de la innovació.
- ✓ Les societats i les empreses que no penalitzen l'assumpció de riscos, i que aposten decididament per l'educació, l'aprenentatge i el coneixement, tenen moltes possibilitats d'èxit en una economia en què el valor afegit de la cadena de valor cada cop es centra més en els intangibles i menys en els factors clàssics de producció.



Creativity: find it, promote it

En un món que s'està tornant cada cop més transversal i democràtic emergeixen noves formes de comportament que evidencien que cap iniciativa individual, per molt intel·ligent que sigui, pot superar un plantejament col·lectiu.

Un model d'innovació basat en el coneixement

- ✓ La creació de coneixement és una font d'avantatge competitiu per les empreses, i aquest fet atorga una funció clau a les organitzacions que creen, difonen i permeten l'intercanvi de coneixement, elements estratègics per a generar innovació.
- ✓ La creació d'un entorn d'aprenentatge (learning environment) és una peça bàsica per tal de complir amb les exigències de la nova economia.
- ✓ Les línies d'acció prioritàries d'un Knowledge Lab han d'orientar-se cap a:
 - ✓ la promoció d'una sèrie de valors associats a la innovació, com la creativitat i la no aversió al risc;
 - ✓ la gestió d'interrelacions;
 - ✓ la mobilització del actors de la innovació.



Els sistemes oberts són més poderosos que els sistemes tancats. Les grans idees són les eines de canvi més poderoses que hi ha avui dia. En l'economia del coneixement gestionar persones és més important que gestionar actius financers.



La imaginació neix en els individus però creix en grups i necessita del poder d'una organització innovadora per tal de reproduir-se i assolir tot el seu potencial.

Knowledge Lab, una via per innovar

- ✓ **L**aboratori de coneixement innovador, de talent creatiu i de reflexió orientada a l'acció, compostat per iniciatives empresarials capdavanteres.
- ✓ **E**spai de trobada per a la creació i difusió de nou coneixement sobre les possibilitats de desenvolupament futur de les empreses del “quart” sector a Catalunya.
- ✓ **F**actoria creativa on artistes, investigadors, acadèmics, polítics, arquitectes, emprenedors, dissenyadors, músics, financers, tecnòlegs i editors de diverses procedències produeixin col·lectivament en base a projectes de recerca, publicacions, conferències, exposicions i laboratoris d'innovació que, conjuntament, amb el desenvolupament de nous productes i serveis de consultoria ofereixin solucions creatives i innovadores tant a institucions públiques com privades.



Creiem més en els valors de compartir que no en els de competir. El coneixement és la nova font de riquesa i d'innovació social. La revolució del coneixement és aquí per quedar-se.



Les empreses que sobreviuen en uns temps turbulents com els nostres són les que aconsegueixen no pensar en la competència per capturar la imaginació dels seus clients.