

## Índice

<b>Introducción</b>	1
<b>Capítulo I: La Sociedad de la Información y el Conocimiento</b>	11
<b>1.1 Aproximaciones a la definición de conceptos</b>	11
1.1.1 Aproximación a la definición de Sociedad	12
1.1.2 Aproximación a la definición de Información	14
1.1.3 Aproximación a la definición de Conocimiento	18
1.1.4 Transformación de la Información en Conocimiento	31
<b>1.2 Definiciones conceptuales de la Sociedad de la Información y el Conocimiento</b>	35
<b>1.3 Factores de la Sociedad de la Información y el Conocimiento</b>	45
1.3.1 Gobiernos y políticas de globalización	46
1.3.2 Influencia de la Innovación Tecnológica en los procesos de Globalización	69
1.3.3 Economía Global	83
1.3.4 Empresas en red	94
1.3.5 Nuevos factores de trabajo	114
1.3.6 Efectos sociales	124
<b>Capítulo 2: Gestión de la Información y generación del Conocimiento empresarial asociado</b>	137
<b>2.1 Estructuras organizativas para la innovación</b>	137

2.1.1 Sistemas de innovación	152
<b>2.2. La gestión empresarial</b>	<b>162</b>
2.2.1 La Estrategia empresarial	173
2.2.2 Tipos de gestión estratégica	183
2.2.2.1 Benchmarking	184
2.2.2.2 El modelo DELTA	194
2.2.2.3 Estrategias de Reestructuración Corporativa	209
2.2.2.4 Gestión estratégica de la información	215
2.2.2.5 Estrategias de cooperación	232
2.2.2.5.1 Alianzas estratégicas	234
2.2.2.5.2 Relación universidad-empresa	241
2.2.2.5.3 Tecnologías para la cooperación	244
2.2.2.5.4 Desarrollo de un plan de cooperación	248
<b>2.3 La gestión del conocimiento</b>	<b>264</b>
2.3.1 Conocimiento y gestión	268
2.3.2 Dimensión estratégica del conocimiento y valor del know-how	284
2.3.3 Modelos y métodos de gestión y capitalización del conocimiento	289
2.3.3.1 Modelo de gestión del conocimiento de KPMG Consulting	289
2.3.3.2 Modelo Andersen	294
2.3.3.3 Knowledge Management Assessment Tool (KMAT)	296
2.3.3.4 Método de Retorno de Experiencias (REX)	297
2.3.3.5 Método de Capitalización de Experiencias (CAPEX)	300
2.3.3.6 Las TICs en la Gestión del conocimiento	303

<b>2.4 Formación de Clústeres para competir</b>	<b>307</b>
2.4.1 Definición, origen y alcance de la formación empresarial Clúster	310
2.4.2 Ubicación y competitividad del Clúster	320
2.4.3 Clúster y ventaja competitiva	324
2.4.4 La función del Estado	332
2.4.4.1 Planteamiento de participación del Estado	
a través del Modelo de Sistema País	336
2.4.4.1.1 Factores que inciden en la	
red de innovadores	337
2.4.4.1.2 Capacidad institucional para	
el desarrollo de las PYMEs	340
2.4.5 Función de las empresas para el desarrollo de los clústeres	341
2.4.6 Clúster del Conocimiento	348
<b>Capítulo 3: Gestión y Planificación Estratégica del Diseño</b>	<b>355</b>
<b>3.1 Gestión de Diseño y factores influyentes</b>	
<b>en la competitividad empresarial</b>	<b>355</b>
3.1.1 Los efectos del Diseño en la empresa	356
3.1.2 Integración del Diseño en la estrategia empresarial	360
3.1.3 Aspectos de la gestión del Diseño	374
3.1.4 Integración de la Gestión de Diseño	377
3.1.4.1 Aspectos generales de la integración	
de la gestión de Diseño	395
3.1.5 Concepto de planificación estratégica del Diseño	403
<b>3.2 Planificación y administración estratégica de proyectos</b>	<b>408</b>

3.2.1 Etapa de Proceso de Formación Estratégica organizacional	409
3.2.2 Proceso de formación de la estrategia	411
3.2.3 Proceso formal de planificación estratégica	412
3.2.3.1 Niveles Jerárquicos de Planificación	412
3.2.4 Tareas de planificación y secuencia de ejecución	414
3.2.5 Méritos de la planificación estratégica formal	426
3.2.6 Limitaciones de la planificación estratégica formal que deben evitarse	426
3.2.7 Resumen del proceso integral de planificación estratégica	427
3.2.7.1 Etapa I: Proceso de Formación Estratégica organizacional	428
3.2.7.2 Etapa II: Aplicación del Plan Estratégico	428
3.2.7.3 Etapa III: Administración estratégica de proyectos	430
<b>3.3 Gestión y planificación estratégica de Diseño     como factor de desarrollo</b>	443
3.3.1 Planificación y programación de proyectos de Diseño	447
3.3.2 Auditoria de gestión de Diseño	452
3.3.2.1 Metodología de la Auditoria de Gestión de Diseño	455
3.3.2.2 Gestión de Diseño en productos	456
3.3.2.3 Gestión de Diseño en imagen y comunicación de empresa	465
3.3.2.3.1 Aspectos relacionados a la imagen e identidad de las MIPYMES asociadas	476
3.3.3 Reflexiones del proceso de gestión y planificación estratégica de Diseño	482

<b>Capítulo 4: Modelo de Gestión y Planificación</b>	
<b>Estratégica de Diseño en los Clústeres Empresariales</b>	487
<b>4.1 Dimensiones del modelo</b>	487
4.1.1 Planteamiento y metodología del modelo	492
4.1.2 Descripción de la estructura	494
4.1.3 Desarrollo de las etapas del Modelo GPED	496
ETAPA 1: Identificación general de la empresa	496
ETAPA 2: Análisis y diagnóstico de la empresa	505
2.1 Estructura interna	505
2.1.1 Diagnóstico de productos y servicios	515
2.1.2 Diagnóstico de producción	524
2.1.3 Diagnóstico de comercialización y distribución	530
2.1.4 Diagnóstico de imagen corporativa	533
2.1.5 Diagnóstico de gestión estratégica	545
2.1.6 Diagnóstico de gestión de la información	552
2.1.7 Diagnóstico de gestión del conocimiento	555
2.1.8 Identificación de los principales problemas de la empresa	563
2.2 Diagnóstico de factores externos	564
2.3 Diagnóstico de sinergias entre factores internos y externos	575
2.3.1 Identificación y análisis de las variables clave de la empresa y su entorno	580
ETAPA 3: Análisis y diagnóstico de factores y variables de colaboración	582
3.1 Identificación de variables externas para la formación de clústeres empresariales	582
3.2 Identificación de factores externos para la formación de clústeres del conocimiento	584
3.3 Identificación de factores de colaboración	585
3.3.1 Identificación de factores de colaboración	587

3.3.2 Identificación de variables estratégicas para la cooperación	591
3.3.3 Identificación de variables para un plan de cooperación	595
ETAPA 4: Retros estratégicas y formulación de estrategias	597
4.1 Vinculación de variables generadoras de nuevas oportunidades	598
4.2 Definición y planteamiento de nuevos negocios	602
4.2.1 Descripción de estrategias	604
4.3 Planificación estratégica de proyectos asociados	607
<b>Conclusiones</b>	609
<b>Bibliografía comentada</b>	623
<b>Bibliografía</b>	635