



Newsletter
ASTD 2011



Índice de Contenidos

Overlap en su política de dar a conocer las últimas tendencias en el sector de la formación y desarrollo, presenta la siguiente “newsletter” creada a partir de la participación en la ASTD 2011 International Conference & Exposition y de los últimos proyectos e investigaciones llevados a cabo desde el área de I+D+i de la compañía.

La ASTD celebra anualmente esta convención donde se realizan más de 250 sesiones educativas sobre el aprendizaje laboral y el desempeño profesional. Con una asistencia de más de 8.000 participantes de más de 70 países, Overlap acude a este evento desde 1.991.

A. Conocimiento de Negocio

1. “Leadership by business models”
2. “Learning leaders”
3. Innovando desde el interior
4. Sentido crítico en la red

B. Liderazgo

5. Transparencia en la gestión del cambio
8. Los líderes del futuro
7. Construir sobre fortalezas

C. Comercial

8. Círculo Dorado: Eficacia en la comunicación comercial
9. Aprendizaje como acelerador del “time to market”

D. Aprendizaje y Desarrollo

10. Potencial del M-Learning
11. Flexibilidad del aprendizaje
12. Proyectos on line: lista de verificación
13. “Partnership” Tecnología-Aprendizaje

1. “Leadership by business models”

Un modelo representa las características principales de un sistema/organización en cuanto a políticas, pautas de actuación y principales roles, permitiendo la traducción del plan estratégico hacia comportamientos específicos para la gestión de los proyectos de negocio.

Los diferentes modelos que permiten liderar un negocio se encuentran vinculados al plan estratégico de la compañía, configurándose como piezas clave en la gestión.

Se pueden identificar diferentes “business models” ligados a la cadena de valor de la compañía:

- Modelo de aprovisionamiento:
 - Marca las pautas relativas a compra, almacenaje y distribución de materiales para el proceso de producción/servicio de la organización.
- Modelo comercial:
 - Define las directrices del proceso de venta y orientación al cliente.
- Modelo de operación:
 - Estable los procesos de producción de productos y servicios.
- Modelo de recursos humanos:
 - Define la aproximación de la organización a la gestión y desarrollo de los profesionales que la integran.
- Modelo financiero:
 - Señala las directivas y normas para la toma de decisiones económicas.
- Modelo tecnológico:
 - Fija los elementos que configuran los sistemas técnicos y herramientas de gestión corporativas:
- Modelo de cambio e innovación:
 - Especifica las líneas de actuación para la gestión de los procesos de cambio corporativas/ de mercado y la renovación continua en la organización.

A partir de la definición de los modelos se establecen las pautas de liderazgo y gestión en el día a día y se generan los proyectos internos y externos para la consecución de los objetivos estratégicos del negocio.

Fuentes:

- Paul Elliot (2011): What makes them tick?, ASTD International Conference.

2. “Learning leaders”

Construir una organización que aprende permite a las empresas afrontar los retos de un entorno global: rapidez, competitividad, tecnología, fuerza laboral, complejidad, innovación, y sus líderes constituyen las figuras clave para guiar a la organización hacia el aprendizaje continuo.

La participación de los “top managers” en los modelos de aprendizaje social y colaborativo marca la diferencia para transformar la compañía, evolucionando de la reducción de costes a la mejora de los resultados de negocio y creando valor para nuestros clientes.

La apertura de los líderes al aprendizaje informal consiste en participar activamente en las iniciativas de “informal & social learning”, además de generar el marco corporativo que apoya estas iniciativas:

- Cultura y valores.
- Organización y políticas.
- Gestión de los equipos.
- Arquitectura de aprendizaje.
- Herramientas y tecnología.

Fuentes:

- Lance Dublin (2011): Developing the framework and architecture for an effective learning organization, ASTD International Conference.

3. Innovando desde el interior

D. Aprendizaje y Desarrollo

La persona innovadora cuestiona los enfoques tradicionales y rompe con lo establecido, asumiendo riesgos calculados y afrontando determinadas acciones que no han sido puestas a prueba todavía.

El desarrollo de la competencia de innovación desde un enfoque actitudinal permite a las personas generar nuevas ideas respecto a sus fortalezas profesionales, de manera que:

- Detecta oportunidades de negocio
- Se anticipa a los posibles cambios del sector
- Diseña soluciones de negocio creativas
- Se capacita y desarrolla continuamente en su área de especialidad.

C. Comercial

Una de las herramientas que están implantando las organizaciones para el desarrollo de esta competencia es la realización de itinerarios de innovación.

La innovación desde el área de “expertise” de cada profesional permite la apertura de nuevas líneas de acción, cuya implantación y garantías de éxito están avaladas por el desempeño excelente demostrado por estos profesionales.

B. Liderazgo

A. Conocimiento de Negocio

Fuentes:

- Marcus Buckingham (2011): The power of collaboration-General Session, ASTD International Conference.
- Overlap (2010): Itinerario de Innovación.

4. Sentido crítico en la red

La capacidad de extraer información relevante y necesaria en nuestra actividad laboral resulta imprescindible en un entorno digital en el que la información ha aumentado, está en continua actualización y resulta accesible a través de múltiples canales.

La mejora en la búsqueda, filtrado y gestión de la información relevante en el día a día profesional aumenta la productividad: ¿cómo optimizar y rentabilizar el tiempo que ocupamos en la búsqueda y análisis de información?

- **Knowledge Management 2.0:** La organización facilitará la cultura y herramientas tecnológicas que permitan un acceso ágil y transparente a la información.
- **Competencia digital:** Los profesionales han de mostrar competencia digital para gestionar la información. El aprendizaje se desarrolla en torno a tres elementos clave:
 - Definir la búsqueda, que supone identificar los conceptos clave a localizar (“keywords”) y acotar la búsqueda.
 - Conocer y seleccionar las herramientas de búsqueda más apropiadas dentro y fuera de la organización.
 - Aplicar criterios de análisis a la información localizada, como son:
 - Fiabilidad del contenido: ¿Quién es el autor de la información?
 - Veracidad: ¿La información parece contrastada?
 - Actualidad: ¿Cuál es la fecha de la información obtenida?
 - Relevancia del contenido: ¿El contenido es aplicable?
 - Amplitud del contenido: ¿El contenido es interesante para otras personas?

Fuentes:

- Jim Haudan (2011): The art of engagement, ASTD International Conference.
- Overlap (2010): Itinerario Competencia Digital.