Industria 4.0 y conocimiento: más allá de las máquinas. El desafío de los «competence center» (y de cómo gestionarlos)

El plan Industria 4.0, lanzado por Matteo Renzi y Carlo Calenda en septiembre, ha introducido completamente en nuestro país, no sin grave retraso, el debate sobre la *Industry* 4.0. Desde hacía tiempo se esperaba conocer la posición del ejecutivo y las iniciativas propuestas para gobernar y acompañar una de las transiciones más importantes de la historia de la empresa moderna. Después de algunos meses pueden identificarse algunos aspectos interesantes. De este análisis se ha encargado un Libro Verde publicado recientemente por ADAPT y Fim Cisl del título "Industria 4.0. Ruolo e funzione dei competence center". Su objetivo es abrir el debate sobre uno de los dos capítulos del plan Industria 4.0, el relativo a la formación de las competencias. Este debate llevará a los promotores del mismo a reunirse en los próximos meses con empresas, universidades, centros de investigación y escuelas para construir juntos directrices que confluirán en un Libro blanco que se presentará al Gobierno el próximo septiembre.

No solo tecnología

El primer aspecto que hay que destacar se refiere al enfoque general del plan. El mismo utiliza una visión centrada, sobre todo, en los aspectos más tecnológicos ligados al nuevo paradigma productivo de *Industry* 4.0 y, por este motivo, se presta mucha atención a las inversiones en nuevas máquinas innovadoras y en los software que tienen que acompañarlas, siguiendo una lógica manufacturera que parece propia de un modelo del pasado. De hecho, tanto los estudios más recientes como la observación de los fenómenos nos muestran hoy un sistema industrial en el cuál la frontera entre manufactura y servicios es cada vez más sutil tanto que, muchas veces, es difícil identificar el sector específico de pertenencia de cada empresa.

Industry 4.0 no hará más que acelerar esta conmistión gracias, sobre todo, al *Internet of things* que permite crear productos *smart* que pueden acompañarse cada vez más de servicios especializados. De esta manera, se podrá revolucionar toda la cadena de suministro introduciendo al consumidor en la misma, junto con toda la red de productores plenamente integrados a través de redes. Todo esto puede ser gestionado de la mejor manera posible solo dentro de empresas que innoven sus modelos de *business* evolucionando hacia sistemas abiertos de integración horizontal, *botton up* y no *top down*. Las empresas tienen que dialogar constantemente, y en tiempo real, con todos los actores en grado de contribuir a la creación de valor. En este sentido, se pone de manifiesto que existe una dimensión más amplia del problema que va más allá de los meros aspectos tecnológicos que son habilitadores, pero solo parcialmente.

Industria 4.0 y conocimiento: más allá de las máquinas. El desafío de los «competence center» (y de cómo gestionarlos)

Competencias y *hub* del conocimiento

El ambiente descrito se caracteriza por una notable complejidad unida a sistemas productivos que, personalizando cada más los productos y los servicios en virtud del papel central del consumidor, muchas veces presentan elementos de imprevisibilidad y no linealidad. Por este motivo, y considerando que las tecnologías utilizadas están a otro nivel, es fundamental concentrar la atención en las competencias y en los instrumentos para construirlas. De esta manera, adquiere particular relevancia el capítulo del plan Industria 4.0 dedicado a los *competence center*, que requiere de una elaboración y explicación detallada por parte del gobierno acerca de su funcionamiento. En el Libro Verde se los considera verdaderos y propios *hub* del conocimiento construidos, no sobre base territorial, sino en función de especializaciones temáticas y, que hacen partícipes a todos los actores que pueden resultar de ayuda, como universidad, centros de investigación, instituciones locales, agencias de colocación, sindicatos, etc. Se considera que hoy en día las competencias y el valor no se construyan solamente en modo lineal y formal sino gracias a la propia experiencia de trabajo y gracias a los estímulos que general. Por este motivo, no es posible imaginar a las universidades como centros autónomos en los cuáles los *competence center* se organicen ofreciendo a las empresas servicios y personas, ya que faltaría el punto de encuentro entre todos los actores, hoy más necesario que nunca.

Governance y territorio

Desarrollar los *competence center* sobre una base no territorial no significa que los mismos no tendrían sedes físicas en lugares específicos. Al contrario, significa que dichas sedes estarán presentes, si bien sea preferible reducir al mínimo las estructuras físicas y potenciar aquellas virtuales o en red entre ellas. De este manera, cualquiera que tenga interés en obtener apoyo en una especialización en particular podrá acceder a las mismas en todo el territorio nacional. Esto significa superar la territorialidad en sentido estricto en un contexto tecnológico en el que la conectividad permite el *global value chain*, cuyo modelo puede ser utilizado incluso en contextos nacionales, siempre y cuando existan infraestructuras, tanto materiales como inmateriales, en grado de apoyar la red entre actores. A nivel territorial, en el lugar en el que se fija el centro del

hub, es importante que la *governance* se gestione de manera autónoma y libre del veto de los agentes locales. Una modalidad podría consistir en introducir figuras similares a las de los prefectos del siglo XIX, con la tarea de hacer de enlace, manteniendo su autonomía, con el Estado central, para favorecer el funcionamiento correcto del *hub*, respetando la autonomía de la universidad, empresas y otros sujetos. El desafío de los *competence center* no es, por lo tanto, un capítulo marginal de un plan que se centra en otros temas, sino que es un pilar fundamental de la que, con la ayuda de todos, puede convertirse en una elección estratégica y a largo plazo para nuestro país. Gestionarla con instrumentos y lógicas viejas sería la mejor manera de condenarla desde el momento de su nacimiento.

Francesco Seghezzi

Responsable de comunicación y relaciones externas de ADAPT

Director de ADAPT University Press

@*francescoseghezz*

Descargar **PDF**