

La gestión del conocimiento en las organizaciones

Por:

Juan de Dios Higueta Correa *

Actualmente, las organizaciones están cada vez más orientadas a generar y buscar ventajas competitivas que les garanticen altos niveles de productividad y permanencia en el mercado a partir de una clara diferenciación con el resto de empresas existentes. ¿Cuál puede ser la clave para lograr esto? ¿Qué garantiza en el fondo, en el mundo de hoy, el éxito de una organización?

Hasta hace poco la organización empresarial estaba supeditada primordialmente al trabajo manual, aquel que dependía principalmente de las capacidades físicas del empleado antes que de sus habilidades mentales.

En los últimos años las cosas han cambiado radicalmente, el crecimiento económico se ha ido basando en la productividad de los trabajadores no manuales, de aquellos que transforman un saber en otro saber. En este sentido, hoy por hoy, el concepto de empresa altamente productiva no está asociado solamente a las máquinas o a los avances tecnológicos, sino sobre todo al conocimiento de las personas y a la capacidad que

tenga la organización para reproducir, adquirir y generar nuevo conocimiento. Esa parece ser la clave, es por eso que se empieza a hablar de una era de conocimiento.

El conocimiento como tal siempre ha sido importante, pero no se había valorado como ahora, no tanto como instrumento de poder; tener un conocimiento determinado implica algún grado de poder sobre los que no lo tienen; o de medio para llegar a "ser alguien" como en la típica frase: "estudie para que salga adelante", ahora hablamos del conocimiento como factor determinante de competitividad, de productividad y en este sentido se implica el desarrollo de una forma particular de ver las cosas al interior de la organización es decir, se requiere del desarrollo de una cultura orientada a la "Gestión del Conocimiento".

Definición de conocimiento

Hablar de conocimiento en las organizaciones, exige ante todo comprender el concepto como tal. Algunos conceptos asociados son: "Noción, idea... Información... Entendimiento... Inteligencia... Sentido... Saber... Erudición..." ⁽¹⁾ Conocer es un "proceso en virtud del cual la realidad se refleja y reproduce en el pensamiento humano..." ⁽²⁾ Lo anterior habla de un proceso cognoscitivo, de aprehensión de la realidad y de los factores que la circundan, de la puesta en juego de un sinnúmero de habilidades mentales que permiten definir, experimentar y contextualizar el objeto a conocer, lo que permitirá transformarlo mediante una serie de acciones orientadas a mejorar la efectividad del

objeto en sí o la relación que con dicho objeto de conocimiento se establece.

En el contexto empresarial, esta transformación puede plantearse como agregar valor, lo cual nos permite pensar en el papel y la responsabilidad que tienen las personas encargadas de propiciar la gestión del conocimiento en la organización: es allí donde en la actualidad podemos hablar realmente de agregar valor, teniendo en cuenta que, el conocimiento de valor para las organizaciones es el orientado al logro de su visión y al mejor cumplimiento de sus objetivos estratégicos.

Ahora bien, serán las personas miembros de una organización o grupo de trabajo, quienes con sus conocimientos y de manera muy especial con sus relaciones, establecerán las capacidades de cada uno de dichos grupos; éstas dependen directamente de los niveles de conocimiento individual y de la red de interacción que se establezca. Por lo tanto, el conocimiento existente en la organización se puede entender como la sinergia en torno al saber y al aprendizaje, resultado de las diferentes interacciones desarrolladas a través de la historia de la organización y sobre el cual dicha organización desarrollará cada una de sus acciones, orientadas a través del direccionamiento estratégico.

La gestión del conocimiento

Puede definirse entonces como el conjunto de procesos que se llevan a cabo en la organización con la finalidad de agregarle valor a los productos o servicios que se desarrollan, que puedan marcar una

diferencia con respecto a otras empresas. Debe ser entendida, así mismo, como un proceso cultural, teniendo en cuenta que las entidades que no propicien o estimulen la incorporación de la misma en sus estructuras corporativas, no pueden pretender que la tecnología resuelva sus desafíos cognoscitivos.

De igual forma, para que el conocimiento se convierta en fuente de ventaja competitiva no basta con que exista. Es necesario que se pueda capturar, crear, distribuir, almacenar, compartir y utilizar por los miembros de la organización de la manera oportuna y en el momento adecuado. Es decir, el conocimiento debe convertirse en negocio, en fuente de riqueza, mediante un adecuado tratamiento.

La gestión del conocimiento propende por maximizar y aprovechar al 100% la información contenida en los procesos productivos, logrando asentar las bases del conocimiento de valor para la empresa a partir de la identificación de los datos clave que hay que capturar, organizar y por supuesto, mantener y cuidar.

Dentro de todo este proceso aparece íntimamente ligado a la Gestión del Conocimiento un concepto que durante los últimos años se ha difundido ampliamente: el capital intelectual o activo intangible. Y se dice que están estrechamente vinculados porque la gestión del conocimiento se refiere a la capacidad de trabajar con los activos intangibles de la empresa, que son los resultados o los productos de actividades que se basan y se derivan del "conocimiento o de la inteligencia puesta en acción".

Estas actividades intangibles representan los procesos, las funciones principales que cualquier organización grande, mediana o pequeña, pública o privada, está llevando a cabo a través de la "puesta en acción" de la inteligencia humana y artificial o gracias a un determinado desarrollo inteligente de los procesos productivos.

Llegados a este punto no se puede pasar por alto el hecho fundamental que ha permitido la implantación del conocimiento como la piedra angular en las organizaciones de hoy: las nuevas tecnologías de la información y las telecomunicaciones, las cuales actúan como soportes que facilitan a las personas, sin distinción de ningún tipo y prácticamente sin barreras físicas ni temporales, la comunicación y la transmisión de determinados conocimientos e información básicos. Estas nuevas tecnologías han permitido potenciar el capital intelectual de las organizaciones, hasta el punto de convertirlo en la principal ventaja competitiva. "La tecnología de la información es, pues, el origen del capital intelectual, y su poder, su versatilidad y su evolución acelerada la convierten en la mejor herramienta para generarlo e incrementarlo consciente y ordenadamente" ⁽³⁾

Podría decirse entonces, que la empresa que aproveche las capacidades intelectuales de la organización, desarrolle su capacidad de aprendizaje, potencie la innovación constante y la creación de nuevos conocimientos y desarrolle los sistemas y la tecnología necesaria para ello, estará en situación de afrontar los retos futuros. Capturar y gestionar estas

capacidades, estos conocimientos, y rentabilizarlos, en definitiva, convertir capital intelectual en capital financiero, es el nuevo paradigma.

Notas:

(1) García Pelayo, Ramón. Diccionario Enciclopédico Larousse

(2) Rosenthal , M . Diccionario Filosófico.1973

(3) El Tiempo. El origen del capital intelectual. Enero de 1999

Bibliografía

FLORES DE VIVAR, Jesús. La Gestión del conocimiento cu las empresas. Documento.

PAVEZ SALAZAR, Alejandro. La Gestión del Conocimiento en las organizaciones. Documento

BUENO, Eduardo. De la sociedad de la información a la del conocimiento y el aprendizaje.

Documento. El Tiempo. El origen del capital intelectual. Artículo. 1999.

*** Juan de Dios Higueta Correa**

- Psicólogo de la Universidad de Antioquia
- Especialización en Familia, en la Universidad Pontificia Bolivariana
- Magíster en participación y desarrollo comunitario, en la Universidad Pontificia Bolivariana
- Docente, asesor académico, jefe Área Promoción Jóvenes, Asesor de Investigación y Diseño Curricular, Administrador de programas a empresas, Administrador de programas en el Departamento de Desarrollo Personal, en la Caja de Compensación Familiar de Antioquia - COMFAMA-
- Docente de los cursos de educación de los hijos, vida conyugal y crecimiento personal, y facilitador de encuentros de pareja, en Centros de Formación Familiar
- Docente Universitario en la Institución Universitaria CEIPA, Universidad San Buenaventura, Fundación Universitaria Luis Amigó, Universidad Pontificia Bolivariana