

2011-06-01

La gestión del conocimiento en la denominada sociedad del conocimiento

Álvaro Andrés Hamburger Fernández
Universidad de La Salle, Bogotá, ahamburger@unisalle.edu.co

Follow this and additional works at: <https://ciencia.lasalle.edu.co/gs>

Citación recomendada

Hamburger Fernández, Álvaro Andrés (2011) "La gestión del conocimiento en la denominada sociedad del conocimiento," *Gestión y Sociedad*: No. 1 , Article 1.

Disponible en:

This Editorial is brought to you for free and open access by Ciencia Unisalle. It has been accepted for inclusion in *Gestión y Sociedad* by an authorized editor of Ciencia Unisalle. For more information, please contact ciencia@lasalle.edu.co.

Editorial

La gestión del conocimiento en la denominada *sociedad del conocimiento*

Todos los imperios del futuro van a ser imperios del conocimiento.
Albert Einstein

La sociedad del conocimiento

El concepto de *sociedad del conocimiento* (*knowledge society*) nació en la última década del siglo XX y alude a la preocupación por hacer del saber el centro gravitacional de toda la vida social y productiva. En una sociedad del conocimiento, el principal valor para el desarrollo socioeconómico es el trabajo de las personas a partir de su conocimiento; es decir, el desarrollo y la aplicación de saberes es lo que la distingue de otros tipos de sociedades.

Uno de los precursores del concepto fue Peter Drucker, quien en su libro *La sociedad post-capitalista* expresó la necesidad de forjar una teoría económica que colocara al conocimiento en el centro de la producción de riqueza. Drucker (1993, p. 23) afirma:

Durante doscientos cincuenta años, desde la segunda mitad del siglo XVIII hasta ahora, el capitalismo ha sido la realidad social dominante. En los últimos cien años, el marxismo ha sido la ideología social dominante. Ambos están siendo sustituidos rápidamente por una sociedad nueva y muy diferente.

La nueva sociedad –que ya está aquí– es la sociedad postcapitalista... El centro de gravedad en la sociedad postcapitalista –su estructura, su

dinámica económica y social, sus clases sociales y sus problemas sociales– es diferente del que había dominado en los últimos doscientos cincuenta años.

El “centro de gravedad” en la sociedad poscapitalista al que alude Drucker (1993, p. 24) es el conocimiento. “El conocimiento –dice– provocó la caída del comunismo y la obsolescencia del capitalismo. El conocimiento se está convirtiendo rápidamente en el único factor de la producción, dejando de lado tanto el capital como el trabajo”.

Pero, ¿a qué tipo de conocimiento se refiere Drucker? Él cree que el conocimiento de la nueva sociedad es un conocimiento diferente. Durante muchos siglos, tanto en la filosofía occidental como en la filosofía oriental, el conocimiento tuvo como finalidad el “ser” de la persona. Así, por ejemplo, Platón y Sócrates (en Occidente) y los monjes del Taoísmo y del Zen (en Oriente), defendían la teoría según la cual la finalidad y función del conocimiento es permitir el conocimiento de uno mismo mediante el crecimiento intelectual, moral y espiritual. “Conócete a ti mismo”, es la frase que se identifica con este tipo de conocimiento.

Otra teoría que asocia el conocimiento al “ser” de la persona es la que se atribuye a Protágoras en Occidente y a Confucio en Oriente. Según esta, la función y finalidad del conocimiento es la adquisición de nociones de lógica, gramática y retórica para que el poseedor supiera qué decir y cómo decirlo.

Sin embargo, el cambio radical en la concepción del conocimiento se produjo hacia el año 1700. Efectivamente, por esta época, según Drucker, el conocimiento empezó a aplicarse al “hacer”, no solo al “ser”. Desde entonces se han producido tres “revoluciones” que han traído como resultado el arribo de una sociedad de conocimiento poscapitalista: la Revolución industrial (1700-1880), la Revolución de la productividad (1881-1945) y la Revolución de la dirección de las empresas (1946-2020).

En consecuencia, según Drucker (1993), la humanidad se encuentra atravesando por uno de los cambios más trascendentales de toda su historia. Esta transformación se hace evidente en el advenimiento de una nueva sociedad: la sociedad del conocimiento. La nueva sociedad (poscapitalista) es el resultado de la aplicación del conocimiento: primero a la mejora de las herramientas, procesos y productos; después a la mejora de la productividad laboral; y, por último, a la innovación y a la mejora del propio conocimiento. Estamos pasando de una economía industrial a una economía del conocimiento. El trabajo con conocimientos está reemplazando al trabajo manual. Por eso, hoy el conocimiento es la clave del éxito

económico y personal. Aunque los factores tradicionales de la producción (recursos naturales, capital y trabajo) no han desaparecido, han pasado a ser secundarios. El conocimiento que más se valora en la actualidad es el que puede aplicarse a resultados, como también el conocimiento que más se privilegia, hoy por hoy, es el conocimiento especializado.

La gestión del conocimiento

Valhondo (2003, p. XXII) distingue entre “gestión del conocimiento” y “gestión del conocimiento aplicada en la empresa”. A esta última la define como “las diligencias relacionadas con el conocimiento, conducentes al logro de un negocio”. Por su parte, Sveiby (citado por Valhondo, 2003) afirma que la gestión del conocimiento: “Es el arte de crear valor mediante el afianzamiento de los activos intangibles. Para ello usted tiene que ser capaz de visualizar su organización como algo que no es más que conocimiento y flujos de conocimiento”. De esta forma, se puede afirmar que la gestión del conocimiento es:

[...] un conjunto de procesos centrados en el desarrollo y aplicación del conocimiento de una organización para generar activos intelectuales (capital intelectual) y que pueden ser explotados para generar valor y, de esta forma, contribuir al logro de los objetivos empresariales marcados (Fernández, 2005, p. 215).

Es un modelo tremendamente sugestivo que los expertos en *management* comenzaron a publicitar hacia 1998. Fernández recuerda que surgió como respuesta a un fenómeno sociotecnológico que caracterizó a la segunda parte de la década de los noventa: la difusión masiva de información por medios de acceso universal, como Internet y, posteriormente, las tecnologías de acceso a las redes inalámbricas. La gestión del conocimiento ha supuesto un salto significativo en la manera de entender la dirección empresarial, pues ha construido la ventaja competitiva sobre el elemento diferencial más tangible de la organización: las personas. En efecto, son las personas quienes construyen y aplican el conocimiento, no las máquinas.

Según lo anterior, el producto más importante de la gestión del conocimiento es la generación de *capital intelectual*. Según Fernández (2005, pp. 216-218) los componentes del capital intelectual son los siguientes:

El capital humano. Es el valor que los integrantes de la organización generan en el desempeño de sus funciones y son capaces de acumular ordenadamente para que el resto de empleados obtengan provecho del mismo.

Se hace visible en la capacidad de aprender de los trabajadores; en la puesta en práctica de sus competencias, habilidades y destrezas; y en la asunción de los valores individuales asegurando su alineamiento con los valores corporativos de la empresa.

El capital organizativo. En algunos ámbitos le llaman capital estructural. Es la capacidad de una empresa para adecuarse al entorno en el que opera; su habilidad para adaptarse a sus mutaciones, previéndolas y anticipándose a los cambios en el mismo instante en que estos la afectan. Son propios de este capital: la cultura corporativa, las normas, los procesos, el organigrama y el funcionamiento de la empresa.

El capital relacional. Es el valor generado en el intercambio de información de una empresa con diferentes agentes externos, fundamentalmente sus clientes, y en menor medida, sus proveedores. También hacen parte de este capital las relaciones empresa-entorno.

El capital regenerativo. Es la capacidad de una organización para generar *know how* exportable a otras organizaciones y reinventarse constantemente. El conocimiento permite dinamizar la realidad de una empresa. Se compone, entre otros, de patentes, marcas y propiedad intelectual. Fernández concluye:

La gestión del capital intelectual requiere trabajar en la optimización de los procesos de aprendizaje de la empresa en los diferentes ámbitos en que éstos tienen lugar. El aprendizaje corporativo constituye un proceso de desarrollo y aplicación del conocimiento existente para lograr un objetivo concreto. Ello implica construir canales de distribución horizontal de la información que faciliten la difusión de los datos y su transformación en aprendizaje (2005, p. 219).

El conocimiento

En las empresas de hoy, la mayoría de los cambios necesarios para el incremento de la productividad y la calidad están vinculados estrechamente con el conocimiento y su gestión. Por primera vez en la historia de la humanidad, el conocimiento se ha convertido en una fuerza productiva directa. En consecuencia, las empresas deben tener claro qué es el conocimiento, cómo se puede gestionar y cuáles son las competencias que una organización que aprende y genera conocimiento debe tener, además, deben entender que la responsabilidad de su formación le compete tanto al trabajador como a la empresa.

Cuando de la noche a la mañana cambian los mercados, proliferan las tecnologías, se multiplican los competidores, y los productos quedan obsoletos, sólo mantendrán su posición competitiva aquellas organizaciones que de un modo consistente creen nuevo conocimiento, lo difundan por toda la empresa y lo incorporen rápidamente a las nuevas tecnologías y productos (Fernández, 2005, p. 197).

Según Fernández (citado por Hamburger, 2008, p. 269), el conocimiento individual de un empleado ha de transformarse en conocimiento valioso para toda la organización en su conjunto. Afirma que: “poner el conocimiento personal a disposición de los demás constituye la actividad fundamental de la empresa creadora de conocimiento”. Este mismo autor distingue dos tipos de conocimiento en la organización: el conocimiento explícito y el conocimiento tácito. El primero es formal y sistemático; por esa razón, puede ser fácilmente comunicado y compartido en forma, por ejemplo, unas especificaciones de producto, una fórmula científica o un programa de ordenador.

El conocimiento tácito, por su parte, es muy personal; es difícil expresarlo formalmente, y por eso resulta complejo comunicarlo a los demás. A él pertenecen las capacidades y conocimientos informales y problemáticos a la hora de concretar, que se suelen englobar en el término *know how*. Un experto artesano, por ejemplo, tras largos años de experiencia adquiere un amplio conocimiento que aplica de memoria; pero, muchas veces, no es capaz de explicar los principios técnicos o científicos en que se basa ese conocimiento.

Aunque es subyacente, implícito, el conocimiento tácito es importante para el funcionamiento de la empresa. Los gestores del conocimiento de la organización deben hacer todo lo posible por convertir el conocimiento tácito en conocimiento explícito; pues, de esta manera, aseguran una ventaja competitiva.

El aprendizaje

Un tema que se encuentra estrechamente ligado al del conocimiento es el aprendizaje. Conocimiento y aprendizaje hacen parte de un mismo proceso. Desde la década del noventa ha venido haciendo carrera la denominada “organización de aprendizaje continuo”. El precursor de esta tendencia fue Peter Senge, quien en 1990 publicó el libro *La quinta disciplina*. En este Senge presenta el concepto de *organización de aprendizaje continuo* como una búsqueda mágica y reverencial que

conseguiría el sueño utópico de todos los empresarios: una verdadera y sostenible ventaja competitiva.

Puesto que el mundo cada vez está más interconectado y los negocios son más complejos y dinámicos, el trabajo tiene que estar cada vez más lleno de aprendizaje. Ya no basta con tener a una persona aprendiendo para la organización. Ya no es posible “resolver” desde arriba, y hacer que los demás sigan las órdenes del “gran estratega”. Las organizaciones que realmente se destacarán en el futuro serán aquellas que descubran cómo aprovechar el compromiso de todos los miembros de la organización (sea cual sea su nivel) y su capacidad para aprender (Senge, 1990, p. 15).

Boyett y Boyett (2006, p. 145) realizaron un estudio del tema del aprendizaje continuo en las organizaciones y llegaron a las siguientes conclusiones:

- Una organización debe utilizar el compromiso de su gente y su capacidad de aprender para sobresalir.
- El aprendizaje verdadero requiere la adquisición del saber por qué (*know why*) y el saber cómo (*know how*).
- El aprendizaje más importante se da en el trabajo, no en el aula.
- El aprendizaje más eficaz es social y activo, no individual y pasivo.
- Las cosas más importantes que debe aprender la gente no son las normas explícitas, políticas y procedimientos de las organizaciones, sino las cosas tácticas: la intuición, el juicio, las habilidades y el sentido común en las actividades diarias.
- Los modelos mentales son imágenes profundamente arraigadas de cómo funciona el mundo. Son modeladas por nuestras experiencias y modelan nuestras experiencias.
- El aprendizaje ocurre cuando la gente de una organización comparte, examina y desafía los modelos mentales de los demás.
- La técnica de la reflexión ayuda a la gente a reducir la velocidad de su proceso de pensamiento para fijarse más en sus modelos mentales.
- La técnica de la investigación ayuda a la gente a ser más abierta sobre las suposiciones que hay detrás de sus acciones y para estimular a los demás a hacer lo mismo.
- Una deficiencia clave del aprendizaje que afecta a la mayoría de las personas es su inhabilidad para ver cómo la información, la acción y los

resultados forman una cadena de causalidad en el mundo. Un número relativamente pequeño de arquetipos, o modelos de comportamiento, puede ilustrar muchos de los problemas que los individuos se causan y a la vez causan a las organizaciones sobre cadenas de causalidad más complejas pueden ser útiles para ayudarles a llegar a apreciar mejor la interconexión que hay entre las cosas.

- La mayoría de las organizaciones actuales tiene una cultura que inhibe el aprendizaje. Deben crearse organizaciones paralelas separadas para que el verdadero aprendizaje pueda darse.

El tema de la gestión del conocimiento y la innovación en esta edición

Dada la importancia y el creciente interés de estos temas en el ámbito empresarial actual, la revista *Gestión & Sociedad* decidió dedicar la sección monográfica de este número a la gestión del conocimiento y la innovación. Para ello se presentan cuatro artículos, a saber: "La gestión del conocimiento y el capital intelectual como base fundamental de las organizaciones inteligentes" de Myrian Teresa Mendoza Pineda; "Asociatividad, capital social y redes de innovación en la economía rural" de Mónica Andrea Rueda Galvis y John Harold Muñoz Rojas; "Aproximación al emprendimiento en la perspectiva de la innovación: el caso de las Pymes de Bogotá D.C." de Jaime Augusto Porras Jiménez y Omar Andrés Sierra Morales; y, por último, "Transferencia del conocimiento en Farmalógica S.A." de Olga Lucía Díaz Villamizar.

Por otra parte, en la sección general se publican ocho artículos del ámbito de las ciencias administrativas y contables: "Corrupción: una descripción del concepto y de las limitaciones metodológicas para su medición" de Jorge Enrique Saiz Vélez, Sergio Iván Mantilla Bautista y Jesús María Cárdenas Beltrán; "Reflexiones acerca del concepto de ciudad-región desde una perspectiva incluyente y equitativa teniendo en cuenta el fenómeno del desplazamiento forzado" de Érika Emilcen Buchelli Aguirre y John Harold Muñoz; "Economía ambiental en la prehistoria colombiana" de Gustavo Correa Assmus; "Hacia una caracterización del emprendedor rural en Cundinamarca, municipios de El Rosal y Subachoque" de Juan Hernando Bravo Reyes y Jorge Gámez Gutiérrez; "El poder y las relaciones de poder en las organizaciones. Algunas aproximaciones teóricas desde las perspectivas de Michel Foucault, Pierre Bourdieu y Max Weber" de Yolanda Álvarez Sánchez; "Evaluación de la gestión administrativa de las asociaciones de carácter solidario formal e informal del Municipio de Tabío" de Félix

Eduardo Romero Ruiz y Hugo Leonardo Pabón Pérez; "Consideraciones iniciales sobre el mercadeo social" de Diego Rafael Roberto Cabrera Moya, Gloria Liliana Santa Álvarez y José Rodrigo Mondragón Ávila; y "Programa de sensibilidad y responsabilidad social universitaria de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables" de Alicia Aldana Pastrana.

Estamos convencidos de que esta nueva entrega de *Gestión & Sociedad* se convertirá, como casi siempre, en un espacio de reflexión y en una fuente de debate, que sin duda contribuirá al enriquecimiento y crecimiento de nuestra comunidad académica.

Referencias

Boyett, J. y Boyett, J. (2006). *Hablan los gurús. Las mejores ideas de los máximos pensadores de la administración*. Bogotá: Norma.

Drucker, P. (1993). *Post-Capitalist Society*. New York: Harper Collins.

Fernández, J. (2005). *Gestión por competencias. Un modelo estratégico para la dirección de recursos humanos*. Madrid: Prentice Hall.

Hamburger, Á. (2008). *Los valores corporativos en la empresa. Cómo suscitarlos, difundirlos y vivenciarlos*. Bogotá: Paulinas.

Senge, P. (1990). *La quinta disciplina*. Buenos Aires: Granica.

Valhondo, D. (2003). *Gestión del conocimiento. Del mito a la realidad*. Madrid: Díaz de Santos.

Álvaro Andrés Hamburger Fernández

Editor