

PROPICIAR EL APRENDIZAJE A PARTIR DE LA CONSTRUCCIÓN Y TRANSFORMACIÓN DE MODELOS EMPRESARIALES FOCALIZADOS EN LA GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO

* **Atencio Cárdenas, Edith**

** **Paz, Annherys**

* Licenciada en administración, MSc en Gerencia de Empresas-LUZ . Doctora en Administración de Empresas e Ingeniería en las Organizaciones en la Universidad Politécnica de Madrid (UPM) Profesora e Investigadora. PPI nivel I. Coordinadora del Centro de Innovación y transferencia Tecnológica. Universidad del Zulia.

E-Mail: edithsoraida@yahoo.es

** Licenciada en Administración de Empresas, MSc Gerencia en Recursos Humanos, Doctora en Ciencias Gerenciales de la Universidad Dr. Rafael Bellloso Chacin. Profesora Titular de la Universidad Dr. José Gregorio Hernández Estado Zulia.

E-Mail: anneryspaz@hotmail.com

El presente ensayo tiene como propósito identificar como se cimienta el conocimiento en una organización, es decir como a partir de una serie de postulados teóricos, éstos se convierten en paradigmas para propiciar un aprendizaje a partir de la construcción y transformación de modelos empresariales focalizados en la gestión del conocimiento, asimismo como estos conocimientos individuales y colectivos interactúan para innovar y transferir ideas estableciendo redes de discernimiento, apoyados además en el uso de la tecnología. La metodología utilizada para este ensayo fue la revisión documental y bibliográfica de expertos. Los resultados evidencian una serie de reflexiones teóricas que esperamos contribuyan a difundir y dimensionar la gestión de conocimiento en las organizaciones. Así mismo se señala que la gestión del conocimiento a través de políticas innovadoras propicia el éxito empresarial generando fuentes de ventajas competitivas. Por lo tanto, se concluye que una organización y sus integrantes deben estar siempre dispuestos a poner a prueba sus paradigmas, sus conocimientos, sus ideas y conceptos, procediendo a descartar sistemáticamente aquellas que dejan de ser útil para el desempeño competitivo de la empresa, cuya vinculación asegura de forma estratégica la estabilidad y crecimiento en el contexto de las organizaciones que aprenden.

Palabras Claves: gestión del conocimiento, aprendizaje, innovación.

Recibido: 03 - 06 - 2009

Aceptado: 02 - 09 - 2009

Summary

This essay aims to identify how knowledge is grounded in an organization, ie as from a series of theoretical postulates, they become paradigms to promote learning from the construction and transformation of business models focused on Knowledge management also like these individual and collective expertise interact to innovate and transfer ideas to build networks of discernment, also supported the use of technology. The methodology for this study was the literature review and expert literature. The results show a series of theoretical reflections that contribute to spread hope and dimension of knowledge management in organizations. Also, indicated that the management of knowledge through innovative policies conducive to business success generating sources of competitive advantage. Therefore, we conclude that an organization and its members must always be ready to test their paradigms, their knowledge, ideas and concepts, and proceeded to systematically exclude those that are no longer useful for the competitive performance of the company, which strategically link ensures the stability and growth in the context of learning organizations.

Keywords: knowledge management, learning and innovation.

PROMOTING LEARNING FROM THE CONSTRUCTION AND TRANSFORMATION OF TARGETED BUSINESS MODELS IN KNOWLEDGE MANAGEMENT

* **Atencio Cárdenas, Edith**
** **Paz, Annherys**

* Degree in Management, MSc in Business Management-LIGHT. Doctor of Business Administration and Engineering Organisations at the Polytechnic University of Madrid (UPM) Professor and Researcher. PPI level I. Coordinator of the Center for Innovation and Technology Transfer. Universidad del Zulia.
E-Mail: edithsoraida@yahoo.es

** Degree in Business Administration, Human Resource Management MSc, PhD in Management from Universidad Dr. Rafael Belloso Chacin. Professor of the Universidad Dr. José Gregorio Hernández Zulia State.
E-Mail: annerspaz@hotmail.com

1. INTRODUCCIÓN

Para las organizaciones de cualquier naturaleza, así como aquellas generadoras de bienes y servicios, la gestión del conocimiento, conjugada con la creatividad y capacidad innovativa resulta un factor crítico al momento de subsistir y competir en los mercados globales, pues aprender significa generar un compromiso significativo de su gente, el cual asuma el compromiso y responsabilidad de enfrentar los retos científicos, tecnológicos y sociales demandantes del entorno globalizado.

En este sentido, Gestionar el conocimiento implica llevar a cabo las funciones de planificación, organización, dirección y control, con el propósito y objetivo de adquirir, generar y potenciar los conceptos e ideas necesarias para mejorar la calidad y valor entregado a los clientes, el cual incrementa la rentabilidad financiera de la empresa, además de supervivencia en el mercado donde ejerce su función económica.

Si bien es cierto, ante un entorno en constante cambio y evolución es menester que los integrantes de la organización, sean estos directivos o empleados, posean conocimientos actualizados de las necesidades de los clientes y consumidores, de sus requerimientos, las nuevas técnicas y métodos de producción de bienes y servicios ofertados en el seno empresarial.

Por lo tanto la gestión del conocimiento debe servir para superar las costumbres, sobre aun cuando ellas impiden la normal y efectiva respuesta de la organización a los nuevos requerimientos del entorno, siendo crucial para superar los paradigmas ineficaces, como también aquellos mitos que dificultan el encontrar respuestas a los nuevos y acuciantes problemas. Para Larreal (2006) la gestión del conocimiento es un proceso que supone la canalización del esfuerzo productivo hacia el cumplimiento de determinadas metas para que se pueda incorporar a los actuales retos de la competitividad.

Cabe destacar, que los problemas que se padecen hoy en día en las organizaciones, no serán superados con las ideas que contribuyeron a generarlas, sino con nuevas e innovadoras capaces de ofrecer un valor agregado para el desarrollo empresarial. Por ello, generar nuevas ideas es la razón de ser de la gestión del conocimiento en el cual las empresas se están planteando un reposicionamiento en cuanto al “saber” del individuo adscritos a ella, fomentando un sentido de compromiso en la gestión de negocio y procesos de trabajo realizados por su gente.

Por consiguiente, el conocimiento acumulado ha empezado a ser cuestionado, siendo necesario contar con gente que pueda ver las cosas desde otra perspectiva. No obstante, las empresas que no logren actualizar y profesionalizar a su gente van a quedar rezagadas y postergada en su entorno. Si bien la capacitación es vista como un pilar de desarrollo del talento humano, sólo la formulación de una política integral de personal hará posible un crecimiento intelectual y operativo de los agentes de una organización. En todo caso sólo se podrá hacer frente a las turbulencias del mercado global con gente capacitada, flexible y alerta al cambio, fomentando al mismo tiempo una nueva y clara visión del negocio empresarial.

Bajo este contexto, actualmente las perspectivas sobre el conocimiento y la gestión de estos en los diferentes escenarios como lo son la universidad, el gobierno y la empresa, han generado transformaciones, siendo referencias habituales en las diversas discusiones acerca de los cambios en las relaciones entre la ciencia, la sociedad y el mercado.

En virtud de ello, se han generado enérgicas demandas orientadas a un ajuste en las relaciones entre ciencia, estado y empresa. Estos pedidos fueron impulsados por la crisis energética de los años setenta y resurgieron frente a la recesión económica de la década del ochenta y comienzos de los noventa. Frente esta demanda, la ciencia y la tecnología fueron exhibidos como solución para la sobrevivencia de

fuentes de energía externa, además de panacea para resolver el estancamiento económico y el nivel de desempleo, que ascendía rápidamente.

Desde ese momento se comienza hablar de una economía fundamentada en el conocimiento, cuyos ejes principales estaban enmarcados en la difusión de las nuevas tecnologías de información y comunicación, las cuales han posibilitado un aumento de productividad en el tratamiento, almacenaje e intercambio de información, el desarrollo de innovadoras industrias como la multimedia, el comercio electrónico, programas electrónicos, y la adopción de modelos organizacionales capaces de adaptarse a las exigencias del mercado, enfocando su gestión de negocio hacia principios creativos que le proporcionen solidez.

En tal sentido surge la necesidad de elaborar un estudio que tiene por objetivo central analizar el propiciar el aprendizaje a partir de la construcción y transformación de modelos empresariales focalizados en la gestión del conocimiento, desde el punto de vista bibliográfico documental cualitativo, puesto que la misma es una propuesta a las organizaciones para aprovechar el conocimiento tácito inmerso en ellas. Y de los cuales son poseedores sus miembros, los cuales solidifican este, sirviendo como artefactos estratégicos en la medición entre los múltiples intereses, culturas, posiciones y formaciones de los actores organizacionales.

2. LA INFORMÁTICA: NUEVA CONCEPCIÓN ESTRATÉGICA EN EL CONTEXTO EMPRESARIAL.

La informática como enlace de referencia en el crecimiento organizacional debe apuntar a facilitar la comunicación entre los individuos y la organización, garantizando una óptima gestión del inventario de los recursos humanos, posibilitando así la acumulación de conocimientos y experiencias, para saber que ocurre en el entorno, captando especialmente las alteraciones del mismo y del gusto de los consumidores para

atender sus necesidades, y comprometerse con su satisfacción y con ello la productividad ..

Un sistema informático que no haga posible los aspectos enumerados en el párrafo anterior no posee valor estratégico para la organización, impidiendo el desarrollo de la inteligencia grupal, la cual como antes se dijo es un factor crítico para la competitividad de las empresas. Disponer de sistemas meramente contables y financieros, responde a la primera fase en la evolución de la informática y de la gestión empresarial. Hoy cuando la competencia se ha globalizado y los cambios están en permanente aceleración es menester adecuar los medios para la generación de valor agregado y toma de decisiones oportunas para garantizar el éxito.

En este particular el desarrollo y liderazgo de la gestión del conocimiento en los procesos informáticos en su función corporativa se realiza con objeto de contribuir a la eficacia y eficiencia de la organización, a la calidad de los resultados, así como a la consecución de los objetivos del negocio.

Entre los objetivos se plantean los siguientes.

- Desarrollo e implementación de estrategias de información y conocimiento.
- Liderazgo de iniciativas transversales de localización, adquisición, generación, transferencia y salvaguarda del conocimiento y la información.
- Diseño e implementación de soluciones, herramientas, políticas y procesos que contribuyan al aprovechamiento y uso efectivo de los sistemas y tecnologías de la información.
- Aseguramiento del cumplimiento de la legislación en cuanto a protección de datos y capital intelectual (marcas, patentes, copyrights).

3. LA GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO Y EL USO DE INSTRUMENTOS TECNOLÓGICOS EN LAS ORGANIZACIONES.

La intención de las organizaciones para Wilhelm

(2003) es el aprendizaje a partir del conocimiento tácito propio de la experiencia, valores y vivencias de los actores organizacionales, donde el conocimiento que se presenta de manera única en contextos, situaciones distintas y particulares, parecen adecuada a la pretensión de simular estos contextos y situaciones, ubicar a tal actor dentro de ellos para buscar no sólo las respuestas que genera, sino su propia justificación a las mismas. Esto es posible a través de los instrumentos que la inteligencia artificial proporciona. Estos también apoyan una interacción mediada entre actores, una interacción tal que permite descubrir el discurso activo dentro de la organización.

El Propósito de la inteligencia artificial de construir máquinas “inteligentes”. En particular se pretende que esta inteligencia sea capaz de aprender de la experiencia, reconocer las limitaciones de su conocimiento y exhibir creatividad (Ignizio, 1999). Para los científicos el conocimiento es ingrediente esencial de la inteligencia, cabe destacar, que los individuos que han elaborado desarrollos computacionales con los métodos, técnicas y dentro de la filosofía de la IA, que ven a ésta como un nuevo medio que sólo cubre representaciones y almacenaje de conocimiento, sino también la transmisión de éste a través de la sociedad.

4. EL CAPITAL INTANGIBLE Y LA PRODUCCIÓN DEL CONOCIMIENTO EN LAS EMPRESAS.

La capacidad de codificación de los conocimientos explícitos y tácitos está soportada por las NTIC, y la capacidad de producción de conocimiento está en relación de la educación y la formación, la inversión en I&D, aunado a ello, los nuevos modelos organizacionales. No obstante, la producción de conocimiento se lleva a cabo mediante configuraciones de redes internas y externas que las empresas desarrollan con el propósito de incluirse en vínculos intensos de aprendizaje.

Dentro de este marco, estos ejes principales de la producción de conocimiento tendrán su expresión en lo

que se ha denominado el capital intangible: material intelectual, conocimiento, innovación, propiedad intelectual o experiencia que puede ser utilizada para crear valor. Pocas empresas disponen de software destinado a llevar de manera permanente información destinada a conocer que aptitudes y actitudes tiene el personal adscrito a su plataforma laboral. Cuáles son sus experiencias, conocimientos, gustos, capacidades, entrenamientos, es decir las competencias técnicas y genéricas que posee un individuo para fortalecer la gestión empresarial. Ante la necesidad de planificar de manera continua las necesidades tácticas y estratégicas de personal para el futuro, es fundamental saber las capacidades humanas, cuales hay que generar internamente o bien conseguir del exterior.

En líneas generales, las empresas que hoy están posicionadas pueden carecer de las capacidades humanas necesarias para afrontar el futuro no sólo a mediano y largo plazo, sino inclusive a corto plazo. Entonces si se dispone de personal para ejecutar eficientemente los actuales procesos productivos, la pregunta es: ¿éste personal cuenta con los conocimientos, experiencias y aptitudes para los nuevos sistemas de trabajo que ya se están implementando en la industria?

Dentro de este contexto, si el talento humano representa un activopreciado, para enlazar los objetivos individuales con los de la empresa, el hecho de que sus capacidades puedan quedar obsoletas debe ser motivo de preocupación para quienes tienen la responsabilidad de gestionar los procesos de la administración de personal.

Vale acotar que los activos intelectuales representan esa capacidad del personal obrero, administrativo y directivo para hacer frente a las nuevas realidades y desafíos del entorno. Por tanto, en la medida que el personal no disponga de esa capacidad de reaccionar rápida y eficazmente a las nuevas circunstancias la empresa estará en problemas de permanencia y subsistencia en el mercado donde ejerce su función económica.

Sobre este particular, los nuevos métodos innovadores como lo son: los servicios en la banca, las finanzas, medios para hacer publicidad, tratamientos médicos, formas de cultivo, sistemas de producción, son una muestra de los cambios que día a día modifican las exigencias sobre las necesidades en materia laboral en las organizaciones, permitiéndoles adaptarse para ser competitivas y sobrevivir en escenarios globalizados.

Dentro de este marco, el personal en la actualidad es visto como un cliente interno y no como factor enmarcado en acciones ideológicas de mano de obra productiva para la economía organizacional, sino en cambio como ente activo de participación hacia un compromiso y competitividad para renovar de manera continua sus conocimientos y capacidades a fin de alcanzar los indicadores de gestión planteados como objetivos. Ello genera una nueva posibilidad de negocios en materia educativa: la capacitación y entrenamiento destinado a la reeducación continúa para la competitividad. Readaptar de forma constante los paradigmas, entrenar en las nuevas disciplinas y requerimientos tecnológicos (máquinas e insumos), capacitar en calidad, productividad, planificación, trabajo en equipo, motivación y liderazgo.

Para los efectos del presente ensayo se considera al capital intangible estructurado de la siguiente manera:

- Capital humano, comprende el conocimiento tácito o explícito de utilidad para la empresa que poseen las personas adscritos a ellas.
- Capital tecnológico, es el conjunto de competencias tecnológicas que otorgan una ventaja competitiva a la empresa.
- Capital organizacional. se refiere al conjunto de mecanismos estratégicos, estructurales y socioculturales que permiten a la empresa un manejo eficaz y eficiente de los flujos de conocimientos internos y externos de la empresa.

En tal sentido el capital intangible representa el conjunto de competencias básicas distintivas de carácter personal, tecnológico u organizacional, cuya combinación conforma una competencia esencial para crear y sostener una ventaja competitiva (Bueno, 1998). Entonces, la dirección de la empresa a través de las competencias entendida como el valor agregado que ella es capaz de asumir para ofertar sus bienes y servicios a sus clientes.

5. REDES DE CONOCIMIENTO COMO ELEMENTO CLAVE EN LA GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO DE LAS EMPRESAS ACTUALES.

La gestión del conocimiento tiene la finalidad de incrementar el rendimiento del capital intelectual a través de un manejo eficaz y eficiente de los flujos de conocimiento que agregan valor a los productos y servicios. Así mismo, crean las competencias esenciales para fortalecer las ventajas competitivas.

Dentro de estas perspectivas, la gestión del conocimiento es de naturaleza distinta a las formas de dirección de las empresas industriales, lo que supone reelaborar las prácticas administrativas y diseñarlas a partir de las competencias de las personas. En tal caso, la creación de conocimiento puede llevarse a cabo por las personas, en un acto colectivo y comunicacional.

Por su parte Foray (2000), expresa que la gestión del conocimiento se orienta la identificación, explicación, retención y valorización de los recursos cognitivos, de las capacidades de aprendizaje y las competencias de la empresa. Esto representa un desafío para las empresas, mas acostumbradas al control y a la valorización de su capital tangible.

Vale destacar que la gestión del conocimiento avanza con dificultades en empresas acostumbradas a las formas tradicionales de gestión de la era industrial. Pero de manera paulatina se han introducido nuevas prácticas vinculadas a la gestión del conocimiento. En este sentido destacan Villarreal y Villarreal (2004) las

empresas competitivas sustentables en el futuro, con mayor valor, serán aquellas basadas en la creación del conocimiento y en el desarrollo del capital intelectual y la innovación.

Por tanto, algunas de las prácticas más difundidas en el seno empresarial son:

- a. Definición de áreas estratégicas donde se debe crear conocimiento para el desarrollo de competencias esenciales.
- b. Incorporación de las nuevas tecnologías de información y comunicación a las empresas, su difusión y uso entre los miembros de la empresa.
- c. Construcción de capacidades tecnológicas para el desarrollo almacenaje y la documentación de conocimiento.
- d. Elaboración de un mapa de conocimiento existente en la empresa a partir de la identificación de la expertez de las personas.
- e. Construcción y promoción de redes de conocimiento que se inserten en vínculos intensos de aprendizaje.
- f. Promoción de un ambiente propicio a la colaboración y al compartimiento de conocimiento como forma de incrementar la profesionalización.

Si bien es cierto, las redes de conocimiento son un instrumento de la gestión de conocimiento, las cuales deben ser consistentes con los demás dispositivos de ella como la creación de valor agregado en el desarrollo empresarial. Las redes son componentes de una economía impulsada por el cambio y el aprendizaje continuo del talento humano y la organización. Bajo este enfoque, la sociedad del conocimiento es una red donde la capacidad para tener acceso al conocimiento y estar incluido en relaciones intensas de aprendizaje determina las posiciones económicas y sociales de las empresas y los individuos, bajo un efecto doble vía.

Asimismo, la creación de conocimiento y la innovación tecnológica son el resultado de interacciones al interior de una comunidad en red con actores o

instituciones externos. Davenport y Prusak (2001) señalan el papel de las tecnologías de información constituyen un medio para capturar, almacenar y distribuir el conocimiento estructurado de tal forma que sea utilizado por las personas, el objetivo de ellas consiste en tomar conocimientos existentes en la mente de los individuos y en documentos impresos para colocarlos a disposición de la organización.

1. CONCLUSIONES

Esta época de cambios y evolución se hacen necesarias nuevas formas de pensar y ver la realidad de los escenarios globales. Las ideas que ayer fueron útiles hoy lo más seguro es que ya no lo sean. Quienes pretendan seguir siendo competitivos manejando conceptos perimidos dejarán de tener la capacidad de confrontar con posibilidades de triunfo en los nuevos campos de competición. Ante estos cambio las organizaciones para seguir siendo factibles sólo les queda una posibilidad: modificar positivamente sus conocimientos y posturas de frente a las nuevas realidades. Es necesario reconstruir constantemente las ideas y conceptos para hacer viable la organización en el mediano y largo plazo.

Los gustos y necesidades de los consumidores se alteran, el funcionamiento de la economía también, los cambios sociales, tecnológicos, científicos y políticos repercuten día a día, haciendo del mercado un factor en continua evolución. De allí la imperiosa necesidad de gestionar los conocimientos como una forma de dar respuesta al cambio continuo. Es así como la gestión del conocimiento y la gestión del cambio se entrelaza en la búsqueda de la adaptación competitiva de la empresa a su entorno.

La gestión del conocimiento debe ir mucho más allá de la reacción a los cambios que se generan, para pasar a ser artífice de la promoción del cambio, generando nuevas reglas de juego.

Por lo tanto, la integración de la innovación tecnológica ha generado herramientas que captan el

conocimiento a través de una interacción que requiere del manejo y uso de símbolos e instrumentos por parte del hombre; sin embargo, las evaluaciones recientes se han hecho sobre el uso de herramientas de IA, señalan que es la interface de éstas la que ha impedido alcanzar los logros deseados en su concepción original.

Si bien, existen variados indicios que señalan que el uso de estos artefactos puede generar un aprendizaje organizacional a través de la interacción con los diversos actores organizacionales, y en relación con las tareas diarias, habrá que trabajar posteriormente en la detección de qué nivel de aprendizaje es el que este uso produce.

También hay que considerar aspectos como: el intercambio de conocimiento que se da a través de vínculos informales, la complejidad de las organizaciones y la dinámica institucional para la implantación de cambios y usos de nuevas tecnologías, para evaluar el apoyo real que éstas pueden proveer para el aprendizaje organizacional.

2. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bueno, Eduardo (1998). **El capital intangible como clave estratégica en la competencia actual**. Editorial Eurofoum.

Davenport, Thomas y Prusak, Laurence (2001) **Conocimiento en Acción Como Las organizaciones manejan lo que saben**. Buenos Aires Editorial Prentice Hall interamericana Argentina

Foray, Dominique (2000). **La economía de la información**. La Découverte & Syros. Paris. Francia.

Ignizio, James P (1991). **Introduction to expert systems. The development and implementation of rule-based, Expert Systems**. McGraw-Hill International Editions, New York (computer Science series)

Larreal, Marco (2006) **La gestión del conocimiento y la capacidad innovadora en el proceso de Enseñanza 'Aprendizaje**. Venezuela Universidad de Carabobo Dirección de medios y publicidad.

Villarreal, Rene y Villarreal, Tania (2003). **IFA La empresa Competitiva Sustentable en la Era del Capital Intelectual**. México Editorial Mc Graw -Hill