



UNIVERSIDAD DISTRITAL
FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS



Tecnología, Investigación y Academia

Gestión del conocimiento

Knowledge Management

Jonathan Javier Sánchez¹, Ana Milena Rojas², Luis Fernando Rodríguez³

Para citar este artículo: Sánchez, J., Rojas, A. Rodríguez, L. (2018). Gestión del conocimiento. *TIA*, 6(2), pp. 46-51.

Resumen

En el presente artículo se hace una revisión del concepto de conocimiento y la definición de la gestión del conocimiento como un proceso con el cual las organizaciones producen y ganan valor gracias al conocimiento que tienen sus empleados. Se revisa el tipo de conocimientos en que se basa la gestión del conocimiento: explícitos y tácitos. Se consideran los beneficios y los desafíos, así como los procedimientos: aplicaciones, funciones y procesos que contribuyen a la mejora mediante el aprendizaje, a la adecuada la toma de decisiones en una organización y a la cultura de organización. Finalmente se valoran las ventajas de implementar la gestión del conocimiento.

Palabras clave: conocimiento, gestión, organización, aprendizaje, estrategia.

Abstract

This paper reviews the concept of knowledge and definition of knowledge management as a process with which organizations produce and gain value thanks to the knowledge their employees have. The type of knowledge on which knowledge management is based is reviewed: explicit and tacit. The benefits and challenges are considered, as well as the procedures: applications, functions and processes that contribute to the improvement through learning, to the appropriate decision making in an organization and to the organizational culture. Finally, the advantages of implementing knowledge management are valued.

Keywords: knowledge, management, organization, learning, strategy.

INTRODUCCIÓN

Las organizaciones se componen por una cantidad de personas que tienen como meta lograr ciertos fines planteados por la empresa. Los recursos que una empresa puede tener no solamente constan de dinero, sino que también se hace cuenta del conocimiento que tiene cada persona al desempeñarse en su entorno. En este trabajo se quiere dar a entender lo que es la gestión del conocimiento, haciendo

¹ Universidad Cooperativa de Colombia. Correo electrónico: jonathan.sancheza@campusucc.edu.co

² Universidad Cooperativa de Colombia. Correo electrónico: ana.rojasl@campusucc.edu.co

³ Universidad Cooperativa de Colombia. Correo electrónico: luisf.rodriguezv@campusucc.edu.co

ARTÍCULO DE REVISIÓN

Fecha de recepción:
14-11-2015

Fecha de aceptación:
27-02-2018

ISSN: 2344-8288

Vol. 6 No. 2

Julio - Diciembre 2018

Bogotá-Colombia

referencia a lo que normalmente una persona le puede brindar a determinada empresa en relación con lo que ha aprendido.

La gestión del conocimiento tiene varias ramas en las cuales se puede realizar un enfoque con el fin de que una empresa realice diariamente, por lo mismo tiene en su nombre la palabra gestión, haciendo referencia a lo que se lleva en una compañía, y conocimiento siendo lo que las personas saben. La gestión del conocimiento ayuda a saber cuál es el conocimiento de los empleados en una empresa y cómo ayuda este último a la mejora constante de la empresa.

A medida que pasan los años y se desarrollan los medios empresariales, se hace evidente que son necesarios los gestores del conocimiento para que ayuden no, solamente en la parte de las normas de una empresa, sino también a que una empresa funcione más fácilmente y dé mejores ganancias, no solo de dinero, sino también intelectualmente.

CONCEPTO DE CONOCIMIENTO

Según el diccionario de la Real Academia Española, puede definirse el concepto conocimiento como la “acción o efecto de conocer” [1], luego también se define como el acto humano de conocer. Poniéndolo a partir del punto de vista filosófico, el conocimiento humano es la característica que principal que lo diferencia de un animal, es decir, se refiere a que el hombre es racional. El desarrollo del conocimiento hace posible interiorizar mejor el mundo, desarrollar la ciencia y su concreción práctica.

Teniendo en cuenta lo anterior, el conocimiento en la organización humana moderna trata de:

- Saber, conocer, dar eficiencia, interpretar lo que rodea a los seres humanos y sus circunstancias, por ello es preciso articular sistemas eficaces de captación de la realidad.
- Analizar la realidad para así poder tomar decisiones que la mejoren.

GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO

La gestión del conocimiento es un proceso con el cual las organizaciones producen y ganan valor gracias al conocimiento que tienen sus empleados, el cual va en aumento cada día. Normalmente quien tiene conocimientos acerca de la empresa enseña esos saberes a las demás personas trabajadoras de la empresa, con el fin de que el conocimiento sea compartido y todos tengan el conocimiento de esa labor; como no toda la información es importante, está en manos de una compañía el decir cuál es el conocimiento que deben tener como primordial. La gestión del conocimiento se basa en conocimientos explícitos y tácitos, el primero (conocimiento explícito) se enfoca primordialmente en cosas como planes de negocios, marcas registradas entre otras más; por otro lado, el conocimiento tácito es mucho más complicado, este se basa principalmente en lo que tiene que ver con compartir, generar, entre otras. Algunos beneficios se relacionan con la pérdida de personal, con lo cual se ayuda en la formación de una empresa sólida y con confianza entre las personas, otro beneficio es la incrementación de producción, ya que los empleados van a dar lo mejor de sí mismos para que la empresa les ayude, pues es necesario que la empresa colabore al trabajador. Algunos desafíos que tiene la gestión del conocimiento es hacer creer a la compañía que las personas no deben ser ignoradas, tampoco sus peticiones. La mayoría de veces las compañías ejercen gestión del conocimiento cuando se incentiva a los empleados, con lo cual se da una meta en particular y toda la empresa se une para cumplirla.

Tomando a [2], se define la gestión del conocimiento como una función que coordina, planifica y controla los flujos de conocimiento que se han producido en la empresa, relacionándolo con su entorno y sus actividades, para llegar a crear competencias esenciales; la competencia esencial es el resultado obtenido por la valoración de tres principales clases de competencias, las cuales son:

- Organizativas.
- Tecnológicas.
- Personales.

La gestión de conocimiento muestra una disciplina humana y humanista, esto implica que no se enfoca mucho en lo material, sino que se enfoca mayormente en lo relacionado con el ser humano, como el centro de las organizaciones [3]. La organización se considera como un ser vivo, donde las pautas del aprendizaje son similares a las del humano, es por esto se dice que las organizaciones, al igual que las personas, gestionan su conocimiento de cuatro formas, tomando en cuenta los planteamientos manifestados por [4], las cuales se mencionan a continuación.

- Estilo activo: son las organizaciones que por su propia experiencia aprenden, sin ser exentos de riesgos. Esta es una manera principal de gestionar el conocimiento, pues las organizaciones simplemente se basan en sus propios resultados.
- Estilo reflexivo: en este planteamiento las organizaciones gestionan su información por medio de sistemas, los cuales le permitirán establecer relaciones de causa y efecto entre las causas que los originan y los datos.
- Estilo teórico: las organizaciones gestionan su conocimiento enfocándose en sus principios organizativos, sus normas internas, su cultura su visión y misión. Si son determinados los principios, la empresa acudirá al *datamining*.
- Estilo pragmático: la organización únicamente usa el conocimiento que le es útil. Este conocimiento les brinda utilidad a un corto plazo, es decir, no utiliza ni archiva, y si es al caso destruye la información irrelevante.

HACER TANGIBLE LO INTANGIBLE

Varias de las organizaciones están adquiriendo el modelo del capital intelectual, más que todo aquellas empresas con alta tecnología donde

las destrezas y capacidades de sus directivos son los activos principales. Por el contrario, hay organizaciones donde no aceptan el modelo del capital intelectual, donde exhiben las habilidades de negocios amenazados por un futuro incierto.

Puede verse lo largo de [5] la propuesta respecto al aumento en la creación del capital intelectual de una organización en seis pasos:

- Fase misionera: inicia con ciertas personas que identifican el problema de fondo para así convencer toda la organización de la necesidad de una nueva perspectiva.
- Medición: trata de la atención en el desarrollo de función e indicar equilibrio y taxonomía para un nuevo modelo.
- Dirección: se basa en la decisión para actuar según los nuevos conceptos a partir de varios niveles.
- Tecnología: se enfoca en el desarrollo de la tecnología para incrementar la transparencia y los sistemas de comunicación, lo anterior con el fin de compartir el conocimiento y el uso de la telemática y la informática.
- Capitalización: esta fase adquiere el uso de la tecnología organizacional empacada y también como propiedad intelectual para la reacción de capital. A lo largo de esta fase resulta bastante importante el reciclaje de los conocimientos fundamentales y la inversión de capital estructural de la empresa.
- Futurización: es la última fase, en esta se aborda el cultivo sistemático de la innovación como la competencia principal de la organización para así poder llevar una adecuada renovación y desarrollo.

Para [6], los empleados que estén trabajando no tienen garantizado su puesto en ningún lugar, ni siquiera cuando la empresa ascienda; por otro lado, para [7], una compañía no solamente se mide con los activos que esta posee, ni siquiera con sus productos, sino que es más importante el capital intelectual, pues demuestra que determinada

empresa está interesada en la creación de información y conocimiento.

Para la grande compañía Microsoft, la gestión de conocimiento es el medio por el cual se busca maximizar el valor de una organización colaborando a los empleados a adaptarse al cambio e innovar. Hay varias herramientas informáticas como la ya conocida minería de datos (*data mining*), estas herramientas permiten describir el perfil de los empleados en las compañías.

Existe otra herramienta llamada *data mart*, la cual consiste en una base de datos especializada en almacenar datos en un área de negocios específica, el *data mart* sobresale al poseer una estructura optima de datos, todo ello para el análisis de información desde todas las perspectivas y puntos de vista de la empresa.

APLICACIONES EMPRESARIALES

La creación del conocimiento ha tenido numerosas teorías tanto empresariales como de organización. Existen diversas aplicaciones que pueden obtener la gestión del conocimiento frente a circunstancias como aspectos habituales generados en la empresa; se tiene entonces lo siguiente.

- Dirección estratégica. Se obtiene durante dos aspectos fundamentales: la teoría de los recursos y capacidades y la creación de la ventaja competitiva.

En la teoría de recursos y capacidades, establecen la existencia de los conocimientos, los cuales son explícitos y tácitos, dando a entender que los conocimientos explícitos son los recursos humanos, financieros, tecnológicos, materiales, entre otros, mientras que los conocimientos tácitos son las capacidades adquiridas tanto en el exterior como en el interior de la organización [2].

Por otra parte, la creación competitiva se convierte en una ventaja, definida por Grant (1996) [8], también, la dirección estratégica, tiene relación

con la visión a largo plazo de la organización, todo esto basado en el conocimiento.

Funciones y adquisiciones

A medida que sus componentes puedan ponerse en práctica, de inmediato se compara la empresa y se decide si representa alguna adquisición adecuada, lo anterior se puede realizar por medio de niveles de detalles. A partir de la medida común, en este caso la divergencia, se señala si existe algún tipo de peligro estructural entre dos organizaciones.

Algunos factores claves que se puede relacionar el conocimiento, aun siendo intangibles, desempeñan papeles determinantes en un proceso de fusión, estos son:

- Sistemas de gestión de la información.
- Relaciones con clientes.
- Tratamiento de las noticias.
- Herramientas de comunicación e información interna.
- Transmisión de datos.

En diferentes culturas organizacionales, se relacionan con diferentes estilos de aprendizaje, los cuales pueden ser obstáculos en los procesos de fusión o adquisición.

Departamentización

Son una muestra explícita en la toma de decisiones en la organización y su estilo organizativo, todo ello para alcanzar los objetivos que se propone cada empresa. Las áreas en las que se aplica esta función de comunicación interna, suelen ser las de procesos de datos y también las de recursos humanos; en la transmisión de información todos los ámbitos de organización (empleados, colaboradores), así como la regulación del conocimiento entre diferentes niveles de la organización.

Actualmente existe un aumento en el protagonismo de la información y el conocimiento, todo ello puede llevar a la organización a crear

y plantear estrategias en mejores gestiones del conocimiento.

Benchmarking

Es el proceso para la mejora mediante el aprendizaje, con mejores prácticas en los competidores y surge con Viedma (2000) [9], el denominado *Intellectual Capital Benchmarking System*. Los investigadores en áreas de ventajas competitivas llegan a la conclusión de que las ventajas de una empresa se ven reflejadas en los conocimientos adquiridos; según Viedma, cada actividad de negocio que este concreta y posee su propio y específico capital.

Todos estos procesos se relacionan con el concepto de empresa inteligente, formulado por James Brian Quinn, y citado por Viedma, cuyos principios son:

- Consigue las mejores ventajas competitivas, sostenibles a un plazo largo, la empresa concentra sus esfuerzos y recursos en pocas fuentes de conocimiento.
- Una vez convencida la empresa inteligente en las cuales los conocimientos, servicios o las actividades esenciales, se consideran sostenibles al ser realizados.

Cultura organizativa

La cultura organizativa y la gestión del conocimiento van de la mano, al generar un estilo y carisma hacia el sentido que tome la organización, es un sistema que comparte significados en una serie de parámetros en los cuales se presta mucha atención (Quirke, 1995) [10]. Esta cultura de organización lleva a cabo para sus miembros ciertas interacciones todas ellas determinadas a conseguir un objetivo y adaptándolas cotidianamente.

En la gestión del conocimiento no se pueden olvidar los valores, las creencias y los sistemas de información al ser una base muy importante en la organización.

Funciones secuenciales de *management*

No se puede olvidar que la gestión del conocimiento en la empresa se une a las ciencias en administración de empresas tal como aparece en las siguientes direcciones secuenciales [11].

- Planificación: es la relación y planificación estratégica generada hacia un objetivo. En la empresa debe ser consistente al momento de uno sus objetivos anuales estratégicos e intangibles para que al final del periodo puedan ser evaluados correctamente.
- Organización: permite ser más eficaces al momento de supervisar y aprender nuevos procesos basados en los valores al transmitir conocimientos y nuevas técnicas que agilicen el aprendizaje y evitan cualquier tipo de peligro en el proceso de supervisión.
- Control: las lecciones aprendidas de cada periodo se encuentran unidas a estándares que permiten a la organización, mejorar y racionalizar los costos. Una cultura adecuada permitirá a los gestores mejorar los flujos de la información.
- La gestión del conocimiento es un reto para integrar una serie de elementos del *management*: liderazgo, integración, cultura organizativa, entre otros que deberán ser utilizados y proyectar mejores expectativas, tanto en el capital intelectual como una mejor organización.

CONCLUSIONES

Los seres humanos no son iguales, por lo tanto, cada uno tiene un diferente estilo de aprendizaje, es un error muy común el creer que todas las personas aprenden de la misma manera, esto puede llevar a que los procedimientos que tiene una empresa, se retrasen y llegue a producir problemas dentro de esta. La conversación que tiene un empleado ayuda en la relación que tenga con los demás individuos dentro de la empresa, además, es importante mencionar que antes de que una empresa

contrate una persona, es necesario buscar datos objetivos entre: profesión, hábitos de vida, etc. La comunicación aporta no solo en la tranquilidad y confianza que pueda dar una persona contratada, sino que esto se transmite de persona a persona lo cual hace que la empresa mejore.

Una gran ventaja en la gestión del conocimiento es la conformación de grupos dentro de la empresa, los cuales no solo rompen barreras de comunicación con una persona sino con varias. Los profesores ayudan con la gestión del conocimiento, en el sentido de que comparten y enseñan los conocimientos que ellos ya obtuvieron.

REFERENCIAS

- [1] Real Academia Española (RAE). (1992). *Diccionario de la lengua española. Tomo I*. Madrid: Real Academia Española.
- [2] Bueno, E. (1999). Gestión del conocimiento, aprendizaje y capital intelectual. Recuperado de <http://www.cidec.net/cidec/pub/archivos/31.pdf>
- [3] Senge, P. (1999). *La quinta disciplina: el arte y la práctica de la organización abierta*. Buenos Aires: Editorial Granica.
- [4] Gallego, D.; Alonso, C. y Honey, P. (1999). *Los estilos de aprendizaje: procedimientos de diagnóstico y mejora*. Bilbao: Editorial Mensajero.
- [5] Edvinsson, L. y Malone, M. (1999). *El capital intelectual: cómo identificar y calcular el valor de los recursos de su empresa*. Barcelona: Ediciones Deusto.
- [6] Goleman, J. (1998). *La práctica de la inteligencia emocional*. Barcelona: Editorial Kairós.
- [7] Rivero, J. (1999). El capital de la empresa, hoy. *Revista personas*, 2(8).
- [8] Grant, R. M. (1996). *Dirección estratégica: conceptos, técnicas y aplicaciones*. Madrid: Civitas Ediciones.
- [9] Viedma, J. M. (2001) ICBS: Intellectual Capital Benchmarking System. *Journal of Intellectual Capital*, 2(2), 148-165. Recuperado de <https://doi.org/10.1108/14691930110385937>
- [10] Quirke, B. (1995). *Communicating Change*. New York: McGraw-Hill.
- [11] Donnelly, J., Ivancevich, J. y Gibson, J. (1994). *Fundamentos de dirección y administración de empresas*. México, D.F.: McGraw Hill.