

GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO E INVESTIGACIÓN

Ing. Hollmann Cely Muñoz - Director DIE

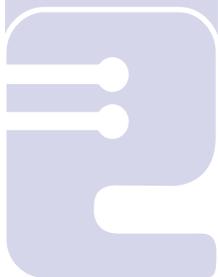
A partir del año 1951 se comenzaron a definir los conceptos que hoy forman parte de la gestión del conocimiento (GC), por la referencia que en ese momento hizo Michael Polanyi respecto al conocimiento tácito. Desde entonces el desarrollo de la GC ha contado con la contribución de diversos autores y disciplinas, con las primeras aplicaciones prácticas en organizaciones empresariales europeas alrededor de 1980 y con mayor formalidad desde 1995.

La GC se comenzó a establecer en Colombia desde el año 2004 aproximadamente, y como suele suceder con las nuevas tendencias, a la manera de tema de última moda sin mayor profundización, aún antes de haber alcanzado por sí misma la GC suficiente madurez conceptual e instrumental. Como resultado de esto, diversas organizaciones emprendieron iniciativas y proyectos en donde se identificó el componente de GC con énfasis en aspectos tecnológicos basados en software, aunque sin un enfoque claramente definido.

Actualmente se reconoce que la GC es propia del ámbito de las organizaciones, siendo un enfoque estratégico que apunta a la permanencia y viabilidad de la empresa. En esta perspectiva se concibe la empresa como un organismo social, comparándola con los organismos biológicos; la organización empresarial aprende, se autoconstruye para amoldarse al medio y a sus circunstancias; en otras palabras compete por recursos y sobrevive en el contexto.

La toma de decisiones y la ejecución de las operaciones representan retos mayores para las organizaciones contemporáneas, que requieren pasar del procesamiento de datos y la administración de la información a la gestión del conocimiento. Las competencias y habilidades organizacionales deben estar orientadas a los resultados, incorporando nuevo conocimiento en la cadena de valor, transfiriendo este conocimiento como parte de la funcionalidad del producto o servicio y adquiriendo más conocimientos a través de las interacciones con los clientes, usuarios y demás grupos de interés.

Lo anterior supone para las organizaciones la adopción de los métodos de las ciencias, que han impactado los sistemas de producción y avanzan en su aplicación a las actividades de investigación, desarrollo e innovación empresarial, orientados por



la competitividad centrada en el cliente: la plataforma es el cliente y toda la información que éste genera en su experiencia con el producto o servicio.

Las organizaciones intentan contar con esa información que deriva del volumen, la variedad y la velocidad de los datos, de forma que les lleve a conocer al cliente con el propósito de tomar decisiones y planear las operaciones, a partir de la aplicación de métodos analíticos descriptivos, preventivos, predictivos, prescriptivos y prospectivos. Es así como empieza a surgir conceptualmente la “ciencia de los datos”, que pretende descubrir patrones de comportamiento y adquirir nuevo conocimiento que agrega valor para la organización. En cuanto a los instrumentos, la ciencia de los datos hace uso extensivo de las matemáticas, la estadística, la probabilidad, la investigación de operaciones, la programación de computadores y el diseño gráfico principalmente. Las técnicas avanzadas incluyen aprendizaje computacional (“machine learning”), redes neuronales y meta heurísticas.

Se crea la necesidad de contar con “científicos de datos”, una nueva disciplina que trasciende el procesamiento de datos, la gestión de la información y la gestión del conocimiento en las organizaciones; antes de que esta disciplina se acoja como la última moda debemos hacer entre otras, las siguientes preguntas: ¿cual es el perfil del “científico de datos”? ¿en que habilidades y destrezas requiere ser formado? ¿cual es su rol y su posición dentro de la organización? ¿en donde y como puede adquirir experiencia?

Las empresas productoras de tecnología electrónica y computacional ya tienen una oferta orientada a la ciencia de los datos, pero las organizaciones aún no tienen la capacidad para incursionar en esta área, debido a su actual estado de madurez y a la carencia del recurso humano requerido.

Sin duda nuevas oportunidades de crecimiento para las organizaciones y las personas, que se deben preparar sin olvidar el contexto globalizado en el que nos encontramos. 📄