



LA ESTRATEGIA DEL CONOCIMIENTO

Por Carlos Alberto Mejía C.
Consultor /Gerente

En los últimos años los autores en administración han hablado del **conocimiento como el reto más importante para las empresas que quieran construir un futuro exitoso. ¿Por qué?. Esencialmente porque la diferencia entre empresas de éxito y fracaso no ha sido la disponibilidad del capital, la tecnología, las materias primas o el acceso al personal. La diferencia ha estado en el talento derivado del conocimiento con el cual se administran los recursos disponibles en la empresa, para producir una verdadera satisfacción en el mercado y ganar en crecimiento y rentabilidad en forma permanente.**

Modernamente, el conocimiento se ha asociado con información, investigación, innovación, oportunidad, mejoramiento continuo, diversificación, estrategia, búsqueda de alternativas, etc., es, en síntesis, el esfuerzo inteligente por hacer las cosas mejor que los demás, no solamente con más dinero, más personal o más equipos. **El conocimiento es la esencia de la competitividad, según afirmaba Peter Drucker. Es el saber cómo hacer óptimamente la labor. Muchas empresas pueden tener recursos, pero no tienen adecuados conocimientos sobre su labor, el mercado y la competencia, y por tanto no son buenos competidores.**

En la práctica, dos empresas con igual capital, la misma tecnología, similar elemento humano y condiciones parecidas de acceso a los mercados, no son igualmente exitosas. La diferencia está en la habilidad, la calidad y costo de los productos y procesos que administra y en el talante, la originalidad y la oportunidad del servicio que presta. Es decir, del buen criterio para hacer y desarrollar las cosas, en el tiempo y con el costo más razonables posibles, sin pérdida de la calidad, para generar satisfacción a los clientes, todo lo cual se logra por el conocimiento.

El conocimiento apalanca los recursos disponibles y genera nuevas oportunidades. "Nadie da lo que no tiene ", decían los mayores al referirse a los conocimientos y las capacidades de las personas. Igual sucede con el conocimiento en materia empresarial. Si sus empleados no conocen, no tienen como aportar.

Las tres grandes fuentes del conocimiento son: La capacitación, la consultoría y el uso apropiado de la información. Hablemos brevemente de cada una de ellas:

La capacitación, el entrenamiento, las pasantías, los seminarios y cursos, las visitas a las ferias y exposiciones, etc., son actualmente una de las formas de adquirir un conocimiento y desarrollar la habilidad de las personas para ejecutar apropiadamente las labores que les han sido encomendadas. Hay cualidades innatas, pero sólo el trabajo duro y el intercambio de experiencias puede volverlas producción o realización.

El mayor pecado que en este campo puede cometerse se origina en los excesos o defectos en capacitación, o la falta de alineación de la misma con el direccionamiento estratégico de la empresa. La responsabilidad de las empresas por la capacitación es evidente, pero no lo es menos la del empleado por la autoformación.

Alternativamente a los procesos internos o externos de capacitación, otra forma de acceso al conocimiento es la consultoría gerencial, en la búsqueda de un aporte de experiencia, no solo de conocimiento, en tan extensa, cambiante y diversa actividad. **Este campo de la consultoría ha llegado a ser muy importante en el mundo. Hoy se habla de los profesionales o de las firmas especializadas en aplicar “conocimiento al conocimiento”, de ayudar a la gerencia a desarrollar su labor fundamental, de promover el uso de los mejores conocimientos disponibles y con ello elevar los resultados y la productividad de las empresas.**

La otra forma de generar conocimiento es el análisis de la información. **En la actualidad hay información disponible de todo tipo, a través de miles de medios. Lo complejo, realmente, es cómo apropiarse de ella, no por su costo sino por su diversidad, oportunidad y pertinencia.** Es tanta que no alcanza a procesarse y mucho menos a digerirse. ¿Cuál es realmente relevante?

Internamente las empresas también suelen generar “toneladas” de información, con criterios de clasificación, oportunidad y contenido tan diversos, que se vuelven verdaderas “Torres de Babel”. A nivel empresarial se están utilizando sistemas para el almacenamiento y la fácil clasificación, consolidación y consulta de la información.

También, se están generalizando los sistemas de información gerencial y ejecutivos, como herramientas que permiten el análisis del contenido de los datos y la toma de decisiones sobre la gestión pasada y la proyección futura de las organizaciones. El objetivo de los modelos de información gerencial es generar conocimientos para optimizar el uso de recursos dentro de la empresa. Es decir, lo que se está buscando es conocimiento, no sólo información o datos.

El conocimiento, es un reto para todo tipo de empresas.

Planning S.A.

Copyright © Planning S.A. Todos los derechos reservados.

Acerca de Planning

Si desea conocer más sobre este tema, [pulse aquí](#)

Planning S.A. es una empresa privada colombiana que proporciona servicios especializados de consultoría e investigación, elabora publicaciones sobre estrategia y desarrolla y comercializa modelos de planificación y evaluación de la gestión, dirigidos a satisfacer las necesidades de la dirección superior.

Servicios

Si desea conocer más sobre nuestros servicios de asesoría y sistemas de inteligencia, pulse en cualquiera de los links:

- [Consultoría](#)
- [Sistema de Inteligencia Monitor](#)
- [Sistema de Inteligencia Planner](#)
- [Otras publicaciones](#)

Recomienda a un amigo

Si usted desea que alguien más reciba esta publicación, [pulse aquí](#), para entrar a la página de referidos.



Si quiere cancelar su suscripción, [pulse aquí](#), y será removido de nuestra base de datos.

www.planning.com.co