

La gestión
del conocimiento



¿Qué es gestión

del conocimiento?

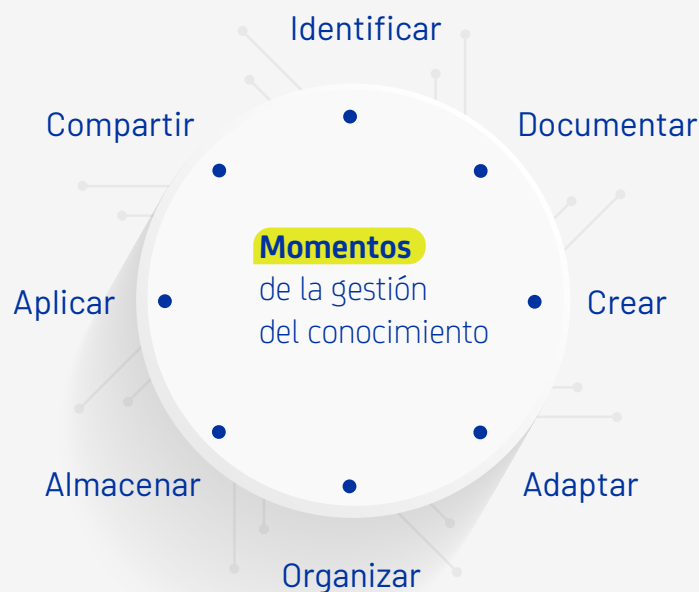
Es una estrategia organizacional que busca aprovechar y potenciar el ser, el saber y el saber hacer de las personas, pasando del conocimiento individual al colectivo de quienes hacen parte de la empresa con el fin de generar sostenibilidad y competitividad.

El conocimiento tiene un ciclo que permite movilizarlo en diferentes momentos de acuerdo con las necesidades de las personas y la empresa: identificar, adquirir, crear, documentar, fortalecer y compartir lo que se sabe para usar ese conocimiento en los diferentes procesos y potenciar un mejor desempeño en las personas desde el conocimiento técnico, sus habilidades y su puesta en escena en diferentes contextos desde las competencias.

Momentos

de la gestión del conocimiento

El conocimiento en la organización se puede presentar en diferentes momentos y requiere que sus colaboradores estén alineados para cumplir la estrategia corporativa, esto implica que las personas adquieran, amplíen y mejoren sus conocimientos y habilidades para contribuir al cumplimiento de los objetivos. Para lograrlo existen unos momentos o etapas que se deben tener en cuenta:



Identificar. Es un momento donde se requiere indagar qué conocimiento hay existente o faltante para definir quiénes deben adquirirlo y quiénes pueden compartirlo. Es importante en esta indagación definir las fuentes de localización del conocimiento, es decir: los que saben están dentro o fuera de la empresa.

Documentar. Este momento del ciclo del conocimiento aplica para aquellas situaciones donde las personas tienen un conocimiento especial y no está documentado en fuentes que permitan a otros consultar para desarrollar ciertas actividades al interior de la empresa.

Crear. La creación de conocimiento puede surgir de procesos individuales o colectivos y está ligado a las funciones y roles que desempeñan las personas al interior de la empresa. Esta etapa permite poner a disposición el conocimiento nuevo que surge de un proceso de investigación donde se han desarrollado o mejorado productos o servicios.

Adaptar. Existe conocimiento creado en áreas o equipos de trabajo y este mismo conocimiento puede reutilizarse en otras necesidades de la empresa donde no es necesario iniciar de cero, sino que se estudia el conocimiento existente y se adapta a otros escenarios o necesidades corporativos.

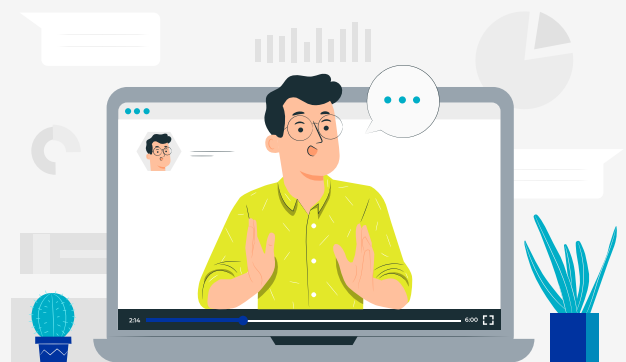
Organizar. Puede pasar que se tengan documentos con los procesos y procedimientos documentados, pero no tienen una clasificación ordenada para encontrarla fácilmente. En esta etapa se debe revisar cómo nombrar y clasificar ese conocimiento para que se pueda buscar y usar.

Almacenar. El conocimiento de la empresa reposa en las personas y algunos documentos de los colaboradores, el reto es permitir que el conocimiento esté debidamente documentado, clasificado y almacenado en bibliotecas y/o sistemas digitales al servicio de todos para su debida búsqueda y recuperación.

Aplicar. Este momento del ciclo consiste en el empleo efectivo del conocimiento para la toma de decisiones ante una necesidad particular. Cuando se aplica el conocimiento se adquieren nuevos conocimientos y experiencias que agregan valor a las personas y a la organización.

Compartir. El objetivo de este momento es socializar con los públicos objetivos el conocimiento requerido. Compartir el conocimiento se puede dar de dos formas:

1. A través de contenidos virtuales de autoestudio
2. Por medio de la interacción entre las personas en espacios virtuales y presenciales.





En la teoría tradicional de gestión del conocimiento se habla del ciclo del conocimiento, nosotros no hablamos de ciclo porque no necesariamente una fase o momento se da de forma secuencial (1, 2, 3, 4...). Toda necesidad debe partir de la identificación y este será el insumo para definir el momento a seguir que responda a la necesidad de conocimiento planteada.

¿Por qué es importante la gestión del conocimiento?

Porque permite el aprendizaje y el desarrollo de habilidades de los colaboradores en diferentes momentos de su quehacer en la organización, no es lo mismo el conocimiento de un colaborador cuando llega nuevo, inducción / entrenamiento, que cuando lleva un tiempo en un rol específico y solo necesita temas de actualización y profundización que le permitan alcanzar los objetivos del equipo de trabajo en el que participa y por ende contribuye al cumplimiento de la estrategia de la Compañía.



¿Cómo se hace

la gestión del conocimiento?

Las personas **son el punto central** de la gestión del conocimiento, pues son las únicas capaces de transformar los datos, información y experiencias en conocimientos y a través de estos aplicarlos en el desarrollo de los servicios o productos de la empresa.

La empresa dependiendo su sector o foco de producción (servicios o productos) debe analizar cómo acompañar a sus empleados para que logren adquirir, fortalecer y compartir el conocimiento de su empresa logrando una ventaja sostenible que permita la innovación y la competitividad organizacional.

La pregunta más difícil suele estar en ¿cómo gestionar el conocimiento?, en este punto recomendamos aplicar diferentes formas y herramientas que permiten dinamizar el conocimiento en la empresa.

Herramientas y formas

para gestionar el conocimiento

Proyectos de investigación:

Dependiendo del sector empresarial y las características del negocio, se pueden establecer proyectos que permitan movilizar el conocimiento, entendiendo la investigación como un “esfuerzo temporal que se lleva a cabo para crear un producto, servicio o resultado único. La naturaleza temporal de los proyectos indica un principio y un final definidos. El final se alcanza cuando se logran los objetivos del proyecto o cuando se termina porque sus objetivos no pueden ser cumplidos”. Tomado de la guía de investigación de Suramericana.

Formación presencial:

Es la formación que se imparte físicamente en un lugar, para que suceda se necesita un tiempo determinado, un profesor o formador y un grupo de estudiantes que deben desplazarse hacia el espacio acordado.

Formación virtual / online:

En esta modalidad las barreras de espacio y tiempo desaparecen gracias a la tecnología –no hay distancias-. La aplicación de la tecnología y la medición de los datos se ven reflejados directamente en modelos cada vez más personalizados.

Formación sincrónica:

Es un tipo de formación mediada por el uso de las tecnologías, permite conectar a través de aplicaciones web a un grupo de personas en un mismo horario. Es importante para estos espacios tener claridad en el objetivo

de aprendizaje y las actividades que el facilitador desarrolla con los participantes y el manejo de grupo que se debe tener en estos espacios para evitar que fuentes externas de distracción alejen a las personas del campo de conocimiento que los convoca. Las aplicaciones más usadas para estas conexiones son: Meet, Zoom y Teams.

Formación mixta o blended:

Este modelo es combinado, se toman prácticas de la enseñanza presencial y la enseñanza online o e-learning. Obtener mejores resultados de esta modalidad de formación implica diseñar metodológicamente los espacios con las actividades y retos de conocimiento que tendrán los participantes. Para lo virtual usar diseño instruccional y para presencial la planeación con los diferentes momentos y actividades.

Red de facilitadores:

Grupo de personas expertas en diferentes temas con interés de facilitar espacios de aprendizaje. Esta metodología para la formación empresarial implica un buen acompañamiento y con visión pedagógica para que los Facilitadores realmente contribuyan con la apropiación del conocimiento de los grupos que acompañan.

Comunidades de práctica O aprendizaje:

Como su nombre lo indica es un grupo de personas que comparten un interés común para adquirir o fortalecer conocimientos, desde la visión de Étienne Wenger “Es un grupo de personas que comparten un interés, profundizan su conocimiento y experiencia en el área a través de una interacción continua que fortalece sus relaciones”.

Esta estrategia de gestión del conocimiento tiene muchos retos, pues implica un interés por sostener la comunidad en el tiempo para que realmente se movilice siguiendo la metodología que tiene en su interior. Los roles que permiten su gestión son:

Líder de la comunidad: persona que legitima el conocimiento que se moviliza.

Patrocinadores: líderes de la organización que movilizan los participantes para su credibilidad, se convierten en un respaldo directivo para desarrollar acciones e iniciativas que surgen en la comunidad.

Participantes o miembros: desarrollan acciones compartidas: experiencias, historias, herramientas, lecciones aprendidas, mejores prácticas, formas de abordar problemas recurrentes—en resumen, una práctica compartida, esto implica tiempo e interacción sostenida.

Gestor de la comunidad: brinda orientación y acompañamiento para el desarrollo de la comunidad y la apoyan en el proceso de generar y gestionar sus diferentes productos o entregables de conocimiento. Actúa como asistente técnico para la producción y distribución de herramientas a la medida para la gestión del conocimiento.

Becas de estudio y patrocinios:

Es una estrategia para el aporte en dinero que la compañía realiza a cada empleado para que siga su proceso de formación y profundice los conocimientos que le aporten para mejorar su desempeño, después de cumplir unos requisitos o políticas definidas por la empresa.

Mapas de conocimiento:

Es una herramienta que permite clasificar los tipos de conocimientos de la empresa, identificar qué personas saben qué y en qué nivel de profundidad. (...)“Son directorios que facilitan la localización del conocimiento dentro de la organización mediante el desarrollo de guías y listados de personas, o documentos, por áreas de actividad o materias de dominio”, que con apoyo de la tecnología son publicados como directorios o gráficos que muestran dónde se encuentra el conocimiento (Davenport, T. y Prusak, L).

Procesos de referenciación:

Son una estrategia para generar conversaciones con personas de otras empresas sobre la experiencia que tienen de un tema particular y detectar sus factores de éxito o de fracaso que permitan al interesado de la referenciación diseñar su proyecto o proceso corporativo adaptado a las necesidades de la empresa. Desde la gestión del conocimiento se vuelve una herramienta de investigación para adquirir conocimientos de un determinado tema.

Repositorios de información y/o conocimiento: **intranet dependiendo el tamaño de la empresa.**

Sitio web o plataforma digital donde se pueden documentar, clasificar, ordenar y almacenar diferentes tipos de contenidos de la empresa. Los posibles servicios de una intranet pueden ser:



Alianzas interinstitucionales:

Son los convenios que se realizan con diferentes entidades académicas o institucionales que sean de interés para la empresa y puedan dinamizar el conocimiento.



