

La SOCIEDAD DE LA INFORMACION Y DEL CONOCIMIENTO -GESTION

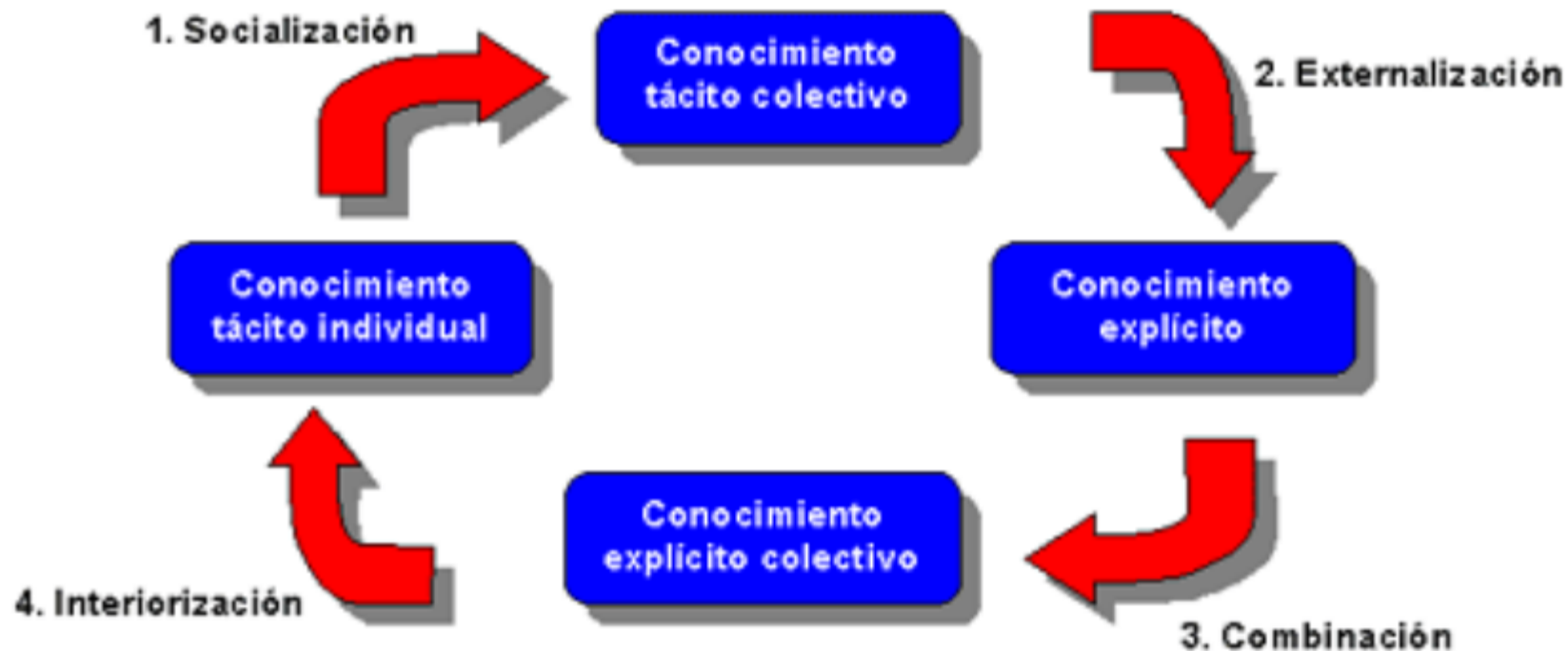


5. Modelos de gestión del conocimiento

La esencia del conocimiento es tenerlo y aplicarlo, o no tenerlo y confesar la ignorancia.

Confucio

El modelo de proceso de creación del conocimiento de Nonaka y Takeuchi (1995) describe el ciclo de generación de conocimiento en las organizaciones mediante cuatro fases (ved la figura 1): (1) socialización –los empleados comparten experiencias e ideas, el conocimiento tácito individual se transforma en colectivo–, (2) externalización –el conocimiento tácito colectivo se transforma en conocimiento explícito–, (3) combinación –intercambio de conocimiento explícito vía documentos, correos electrónicos, informes, etc.– y (4) interiorización o aprendizaje –el conocimiento explícito colectivo se transforma en conocimiento tácito individual.



La gestión del conocimiento en las organizaciones intensivas en conocimiento.

Si tratáis a cada cual conforme a su mérito, ¿quién se escapará de ser azotado? Tratadles conforme a vuestro propio honor y dignidad. Cuanto menos merezcan ellos, más mérito hay en vuestra generosidad [...] William Shakespeare. Hamlet. Acto II. Escena II.

Existe consenso sobre cuáles deben ser las condiciones que faciliten una cultura de conocimiento en la organización, así como sobre las principales dificultades para su implantación, tal como se presenta en el siguiente cuadro:

CONDICIONES FAVORABLES	DIFICULTADES
Agrupar a las personas por su probada capacidad intelectual y su capacidad de innovación.	Todo proceso de innovación lleva aparejado el concepto de experimentación, con un cierto grado de riesgo de fracaso si no se logran los objetivos o resultados previstos.
Animar de forma decidida a la creación y al uso del nuevo conocimiento generado.	Dificultad de otorgar un valor a los trabajos con fuerte contenido intelectual como, por ejemplo, la investigación teórica.
Favorecer la cultura del conocimiento compartido y contribuir decididamente a conseguirlo mediante políticas adecuadas.	Dificultad de abandonar la idea extendida de que "el conocimiento es la fuente fundamental de poder en las organizaciones" y de que, por tanto, lo mejor es retenerlo.
Extender una cultura donde el conocimiento (su creación, estructuración, difusión y uso) sea la parte central de la organización.	Alinear las estrategias y objetivos de las organizaciones con las de sus empleados.



[Microsoft Word - Negocios en la Era Digital Bill Gates.doc](#)
[\(wordpress.com\)](#)

