

LA ERA DEL CONOCIMIENTO Y LA INNOVACIÓN

***Por: Manuel Arturo Valencia Pinzón**

El ingenio humano ha originado gran cantidad de artefactos, saberes y conocimientos. Después de las eras agraria e industrial, la era del conocimiento ha logrado globalizar e integrar significativamente a la humanidad. El conocimiento como componente de formación y aprendizaje a marcado una gran diferencia en términos culturales, sociales, económicos y organizacionales. El poder acceder a información relevante, con sentido y significado, es esencial para la toma de decisiones y estratégicamente genera valor.

Por otro lado, hoy como nunca en la historia el acceso a la información direcciona y establece la posición de una organización o producto en un mercado; con la tecnología y la innovación se han creado herramientas, dispositivos, aparatos electrónicos, servicios y aplicaciones que permiten entrar a un universo de conocimientos; desde lo taxonómico, sea tácito o explícito, individual o social, estructurado o no estructurado, el conocimiento es la vía para lograr mejores ventajas competitivas, beneficios sobresalientes, mayor efectividad o utilidad; por esta razón, el conocimiento y la innovación son un aspecto clave para: aumentar la rentabilidad, tener un mejor posicionamiento en el mercado y mejorar la proyección de la organización a futuro.

Sin embargo, una denominación de innovación no debe ser confundida con una simple adaptación de otro proceso que no cumple con los criterios de una real innovación (Jacob, 2014); confundir la innovación, con el simple hecho de presentar diseños y desarrollos sin un buen conocimiento para manejar o entender las causas y efectos, los contextos, pueden conducir a la improvisación y desinformación; por ende, cuando se carece de criterios técnicos y pocas bases investigativas, los resultados pueden variar perdiendo control, fracasos comerciales, pérdidas económicas que impactan los intereses y objetivos de la organización.

De acuerdo con lo anterior, la gestión del conocimiento y el enfoque hacia la innovación son una estrategia que permite establecer diferencias profesionales y funcionales a la organización si estas son apreciadas y valoradas por los clientes; de lo contrario, puede convertirse en proceso costoso y desfavorable para la empresa. De esta manera, es una

oportunidad para aquellos que abren caminos, líderes con visión que hacen que las organizaciones crezcan, aquellos que se esmeran en satisfacer las necesidades y deseos más profundos del consumismo humano.

En síntesis, la innovación como producto de la gestión del conocimiento ha tomado dimensiones en su lenguaje y comunicación, hasta el punto de transformar las conductas personales (Shein, 2004) a conductas grupales, de ahí nace la cultura organizacional, la cual se autoconstruye integrando y gestionando sus saberes, desarrollando su know how, sus nuevos conocimientos, su evolución.

*Docente Universidad Católica de Pereira.