

PRÓLOGO

En la economía actual, donde el ambiente es cada vez más turbulento, incierto y con un alto nivel de riesgo para la supervivencia, las organizaciones se enfrentan continuamente a cambios rápidos y fundamentales dentro y fuera del entorno laboral. Los estudios llevados a cabo desde las dos últimas décadas, especialmente en relación con la capacidad de gestión del conocimiento (KM), han demostrado que tiene un impacto positivo en el desempeño de la organización, lo que requiere una gestión estratégica constante.

Por este motivo, las empresas deben garantizar el uso y aprovechamiento efectivo de los conocimientos que les son inherentes. Por lo tanto, convertir el conocimiento en nuevos servicios y productos rentables es el proceso clave de una buena iniciativa de KM.

Debido a que el conocimiento es personal y está arraigado en las acciones, las actitudes y las experiencias, hay que tener en cuenta que éstas se encuentran influenciadas por aspectos culturales, incluyendo los valores, las normas y los roles de las personas. Por esta razón, la cultura organizacional asegura tener un papel importante en la determinación de la manera en que las empresas perciben y reaccionan en coherencia con su entorno. Si la cultura de una organización no está alineada con las iniciativas del KM, es menos probable que tenga éxito. El desafío para las empresas está en ser capaces de hacer visible su cultura organizacional de una manera que facilite los procesos de conocimiento, incluyendo la

creación, la transferencia y la implementación, sin que se limite a depender exclusivamente de las tecnologías. Si la cultura organizacional no alienta a los empleados a tener un compromiso compartido con los procesos de conocimiento, las tecnologías tendrán poco impacto, sin importar cuán avanzadas sean las infraestructuras tecnológicas de que se dispone.

Al referirnos especialmente en este libro a la transferencia de conocimiento como una capacidad organizacional, y a la vez como un factor de la ventaja competitiva, hacemos especial énfasis en el valor que tiene el conocimiento tácito en el desempeño de las empresas. Entendemos que la transferencia de conocimiento es el proceso de intercambio de conocimiento explícito o tácito entre dos individuos, durante el cual un agente recibe con el propósito de utilizar los conocimientos proporcionados por el otro.

El **capítulo 1**, en la labor de análisis de contenidos hecha por los autores Blanco-Valbuena y Antón-Reglero, en relación con la transferencia de conocimiento como factor clave en la creación de nuevo conocimiento, se recoge una revisión amplia y exhaustiva de los aportes de autores renombrados pertenecientes a las dos últimas décadas. Por nuestra parte, consideramos de valor hacer énfasis en la exposición de los diversos conceptos sobre esta estrategia, para que los lectores tengan así una mejor comprensión. De igual manera, centramos nuestra atención en las estrategias y los mecanismos de probada eficacia existentes en la transferencia de conocimiento tácito y explícito. Para garantizar el flujo de conocimiento, se hace necesario ahondar en los motivos intrínsecos y extrínsecos, al igual que en los indicadores. Abordamos igualmente la tecnología a partir de los mecanismos que se utilizan para realizar las transferencias.

En el **capítulo 2**, los autores Blanco-Valbuena, C.E y Ruiz-Parra, S.C. contextualizan el comportamiento de las industrias creativas y culturales de la región de Bogotá (Colombia), al valorar el papel del conocimiento como resultado de las inspiraciones individuales, y las habilidades y talentos que, a través de la generación y explotación de los saberes, son capaces de crear riqueza y empleo.

En las industrias creativas y culturales, el análisis del conocimiento y la transferencia del mismo son importantes por su connotación tácita; aunque este tipo de conocimiento es difícil de conectar a los resultados del rendimiento, debido a que existe principalmente en la mente de los “artesanos” como resultado de su experiencia de trabajo. Por otra parte, para disponer de las necesarias evidencias, in-

dagamos sobre los efectos de los factores asociados a la cultura organizacional, es decir, sobre los mecanismos para la transferencia de conocimiento tácito y explícito. Por último, intentamos identificar si existe una relación entre la creación de conocimiento, su transferencia y la tecnología.

En cuanto al valor de los contenidos de este libro, podemos decir que se aprecia a través de los siguientes aspectos:

1. En el capítulo uno, tanto desde el rigor académico como de la realidad de los hechos, se hace mención a las estrategias y a los mecanismos para la transferencia de conocimiento tácito y explícito. El lector podrá obtener claridad en cuanto a los conceptos, y llevar a la práctica estos aportes con el fin de adquirir la experiencia adecuada para, desde la experimentación y la auto-observación, documentar con rigor las lecciones aprendidas.
2. Con este mismo capítulo, el lector (empresario, investigador y estudiante) conocerá de primera mano los motivos intrínsecos y extrínsecos que dan lugar a la transferencia de conocimiento, debido a que las motivaciones para transferirlo están presentes en todos los escenarios de la organización, pues afectan a la conducta de las personas, y a sus intenciones e intereses.
3. Además de los dos puntos anteriores y sus beneficios, el empresario y el investigador podrán utilizar los indicadores asociados a la transferencia de conocimiento tácito, debido a que se considera que los factores idiosincrásicos y la estrategia de gestión del conocimiento adoptada por la empresa en su estructura organizativa, son elementos relevantes para el éxito de la transferencia de conocimientos tácito dentro de la organización.
4. En el capítulo dos, resaltamos el valor de la investigación realizada, porque, aunque se han llevado a cabo estudios sobre diferentes aspectos económicos y políticos en las industrias creativas y culturales dentro de los contextos territoriales de países como España, Francia, Italia e Inglaterra, no existen evidencias de que se haya abordado el comportamiento, desde la cultura organizacional, las estrategias y los mecanismos vinculados a la transferencia de los conocimientos, tanto tácitos como explícitos, desde la experimentación y la auto-observación, aplicadas expresamente a la región de Bogotá. Por lo que no disponemos de pruebas previas que nos acerquen aún más a los procesos de creación de conocimiento.

5. Con respecto a los resultados del estudio, destacamos que el conjunto de las empresas se dividió en tres grupos según el desacuerdo o acuerdo, y según la no influencia o influencia de los factores que se analizaron:

- El *primer grupo de empresarios (42,5%)* se caracterizó por estar de acuerdo generalizado con las diferentes estrategias de personalización para la transferencia de conocimiento tácito, como son: la consultoría interna y externa, la enseñanza y el aprendizaje, y los seminarios y las conferencias. Además, estuvieron de acuerdo con el factor formación interna y externa para la transferencia de conocimiento tácito. El trabajo hizo evidente el acuerdo generalizado en la transferencia de conocimiento tácito a partir de la confianza afectiva y cognitiva tenida con el conocimiento explícito; pero no así con la transferencia de conocimiento tácito a partir de la confianza cognitiva. Se encontró también que existe un acuerdo generalizado con respecto a la creación de conocimiento a partir de la cultura organizacional y la tecnología. Además, el grupo mostró un desacuerdo generalizado en relación con la estrategia de personalización desde el factor rotación de los empleados, y el relacionado con conceptos de transferencia de conocimiento como la transmisión de información a un receptor, la absorción y transformación, la explotación del conocimiento, la creación de un contexto de colaboración y las interacciones sociales intensas obtenidas a partir de un proceso de comunicación.

- En el *segundo grupo de empresarios (38,75%)* existe un acuerdo en relación a los conceptos de transferencia de conocimiento de varios autores. Queda evidente que transmiten la información y el conocimiento con la intención de absorberlos y transformarlos para hacer las cosas más eficaces. Además, crean un contexto de colaboración a través de las interacciones sociales intensas. A partir de los resultados, los empresarios se inclinan por afirmar la influencia que tiene la tecnología en la creación de conocimiento. Valoramos esta afirmación, siempre que la tecnología sea un medio, pero no el fin para la creación de conocimientos en intercambio y transferencia.

- El *tercer grupo de empresarios (18,76%)* se caracteriza por presentar un acuerdo generalizado con respecto a la estrategia de codificación, quedando evidentes las diferentes herramientas de la tecnología que facilitan la transferencia de conocimientos tanto explícitos como tácitos. Está de acuerdo con algunos conceptos de la cultura organizacional, observándose que comparten los valores, las creencias, y los motivos a través de las interacciones. Además,

dicen estar de acuerdo con la apertura en la comunicación. Finalmente, dentro del acuerdo generalizado está la relación entre la creación de conocimiento y la tecnología.

El valor del contenido de este libro radica en el conocimiento real que se brinda del comportamiento de las industrias creativas y culturales, para que sea útil a los investigadores, empresarios, emprendedores y estudiantes en el aprendizaje de la gestión de la transferencia de conocimiento tácito en las empresas que tienen unos factores relacionados con la cultura organizacional, para que se haga visible la creación de conocimientos.

ING. DR. CARLOS BLANCO-VALBUENA, Msc-P.h.D

Mentor en intercambio, transferencia, gestión del conocimiento, aprendizaje e innovación

carlose.co2010@gmail.com

Bogotá-Colombia