

CREATIVIDAD Y GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO: HERRAMIENTAS PARA LA CREACIÓN DE VALOR EMPRESARIAL

Martha Castro Porto ✉ 
Docente Escuela de Negocios

Palabras clave:

Creatividad, innovación, gestión del conocimiento, transferencia de conocimiento.

Ideas principales:

- La transferencia del conocimiento existente y la generación de nuevo conocimiento son herramientas útiles para la toma de decisiones empresariales.
- La creatividad es una herramienta clave para la innovación y la gestión del conocimiento.
- La gestión del conocimiento promueve la competitividad de las empresas y la creación de valor en el largo plazo.

La gestión del conocimiento abarca una serie de procesos y prácticas diseñadas para identificar, capturar, almacenar, compartir y aplicar el conocimiento de manera efectiva en toda la organización. Dicho de otra forma, se aprovecha el conocimiento presente en las organizaciones para mejorar su capacidad de adaptación, innovación y rendimiento. Como una parte de la estrategia empresarial contemporánea, la gestión del conocimiento se ha afianzado como una herramienta vital para enfrentar los desafíos que impone un mundo caracterizado por la rápida evolución tecnológica y la intensa competencia global. En un entorno con estas características, con la volatilidad y la incertidumbre a la orden del día, estrategias basadas en la gestión del conocimiento —combinadas con la innovación— son clave en la creación de valor empresarial de largo plazo.

Creatividad, innovación y gestión del conocimiento

En un entorno empresarial cada vez más dinámico y complejo, las empresas están reconociendo el valor intrínseco del conocimiento como un activo fundamental que puede proporcionar una ventaja competitiva sostenible. La transferencia de conocimiento, un proceso que permite convertir las tendencias globales y las expectativas de los clientes en productos que realmente aporten valor añadido (Carrión *et al.*, 2022), ofrece a las empresas la posibilidad de transitar un camino de innovación y, a su vez, de ganar espacio en los mercados. Esto es porque, tal como señalan Robledo *et al.* (2015), el nuevo conocimiento que surge a partir de la captura, transformación y uso del conocimiento ya existente permite que las empresas

pongan al máximo sus capacidades básicas y dinámicas en el ejercicio competitivo.

Esa generación, transferencia y aplicación efectiva del conocimiento en todas las áreas de la empresa encuentra una base sólida en la creatividad. Los empleados creativos están más inclinados a pensar de manera original y a explorar nuevas perspectivas, lo que alimenta el flujo constante de ideas y experiencias que pueden ser utilizadas para resolver problemas y aprovechar oportunidades. La creatividad desempeña, entonces, un papel fundamental en la gestión del conocimiento de las empresas gracias a las soluciones novedosas que enriquecen el banco de conocimientos de la organización.

No obstante, el estímulo de ideas innovadoras no es la única forma en la que la creatividad interviene en un proceso de gestión del conocimiento. La creatividad también facilita la captura y la formalización de aquel conocimiento difícil de expresar en palabras o en documentos formales (lo que se conoce como «conocimiento tácito»). Además, ofrece la posibilidad de encontrar nuevas formas de articular y compartir el conocimiento individual, proporciona plataformas y herramientas que facilitan la comunicación, fomenta un intercambio más dinámico de conocimiento entre los empleados y promueve entre ellos un aprendizaje colaborativo y enriquecedor. Como resultado del intercambio de conocimientos entre los miembros del equipo, de compartir experiencias, lecciones aprendidas y mejores prácticas, y de aprovechar el conocimiento colectivo para mejorar la calidad de los productos y servicios, las organizaciones transitan con mayor facilidad por las inmediateces de una serie de principios inherentes a una cultura de gestión de la innovación (Figura 1). Al adoptar estos enfoques innovadores para la identificación, captura y aplicación del conocimiento organizacional, las empresas pueden mejorar su capacidad de adaptación a los cambios del entorno, mantener una ventaja competitiva sostenible y, en definitiva, elevar su capital empresarial.

Figura 1. Principios de la excelencia de un modelo de gestión de la innovación



Fuente: Carrión *et al.* (2022).

La gestión del conocimiento en la práctica

Si se implementa de manera efectiva, la gestión del conocimiento puede tener un impacto positivo sobre el rendimiento de las empresas. El de Google es quizá uno de los casos más destacados que ilustra la aplicación de la gestión del conocimiento en el ámbito empresarial. La compañía fomenta la colaboración entre empleados a través de plataformas digitales y espacios de trabajo compartidos y desarrolla de esta forma una cultura organizacional centrada en el intercambio abierto de ideas y en el

aprendizaje continuo. Bases de datos internas y algoritmos de búsqueda inteligente, que permiten a los empleados acceder fácilmente a la información relevante y aplicarla en sus actividades diarias (Girard, 2012), son formas avanzadas de gestionar el conocimiento y de ponerlo a disposición del funcionamiento de la organización.

Otro ejemplo destacado es el de Toyota, que ha sido pionero en la aplicación de prácticas de gestión del conocimiento en la fabricación de vehículos automotores. A lo largo de su proceso de producción, la compañía pone en práctica «Toyota Production System», un sistema de mejora continua que se basa en la activa participación de los empleados en la identificación y solución de problemas. A través de la estandarización de procesos, la capacitación rigurosa y la promoción de una cultura de mejora constante, Toyota ha logrado optimizar la eficiencia operativa y mantener altos estándares de calidad en sus productos.

Se trata de dos ejemplos de empresas que han comprendido la importancia estratégica de aprovechar el conocimiento interno y externo de manera efectiva para impulsar la innovación, mejorar su eficiencia y mantener una ventaja competitiva sostenible. Ambas empresas entremezclan una cultura organizacional centrada en el intercambio abierto de ideas, la gestión del conocimiento en la optimización de los procesos, un entorno que fomenta la mejora continua, y la participación de los empleados en la resolución de problemas. En ambos casos, la gestión del conocimiento ha sido un factor clave en la generación de valor empresarial y en el fortalecimiento de la posición competitiva de las firmas en el mercado global.

Como es claro, la implementación de un sistema de gestión del conocimiento dirige hacia una serie de beneficios significativos para las organizaciones: 1) facilita la captura, organización y almacenamiento del conocimiento existente en la organización; 2) permite a los empleados acceder fácilmente a información relevante y experiencias pasadas para respaldar la toma de decisiones y resolver problemas de manera más efectiva; 3) mejora la eficiencia operativa; y 4) fomenta la innovación y el desarrollo de una ventaja competitiva sostenible. Esto subraya la importancia de una estrategia proactiva de gestión del conocimiento como un elemento esencial para maximizar el capital empresarial y para abrir las puertas al éxito de largo plazo en un entorno dinámico y competitivo.

Referencias

- ActioGlobal (s. f.). *The Toyota Way: The 14 Management Principles of Toyota*.
- Carrión García, A., Montesinos Sanchís, P., Martínez Torán, M., y Jabaloyes Vivas, J. (2022). *Introducción a la gestión de la innovación*. Valencia: Sendema Editorial.
- Robledo Fernández, J. C., Del Río Cortina, J., Martínez Moreno, O. C., y Ruiz Andrade, J. G. (2015). *Gestión del conocimiento organizacional. Fundamentos teóricos*. Mexicali: JORALE Editores y Universidad Autónoma de Baja California.
- Girard, B. (2012). *El modelo Google: Una revolución administrativa*. Cali: Grupo Editorial Norma.



Rector

Alberto Roa Varelo

Vicerrector Académico

Andrés Marrugo Hernández

Vicerrectora Administrativa

María del Rosario Gutiérrez de Piñeres Perdomo

Secretaria General

Ana María Horrillo Caraballo

Decano Escuela de Negocios

Jorge Luis Del Río Cortina

UTB Global - Dirección de Internacionalización

Catherine Fonseca Hortua

Dirección de Investigación, Innovación y Emprendimiento

Jairo Useche Vivero

Editor

Luis C. Díaz-Canedo

Diagramación

Juan Gabriel Leiva De Oro

Ediciones UTB

ISSN: 2981-5460

Universidad Tecnológica de Bolívar.

Km1 Vía Turbaco.

Cartagena de Indias, D. T. y C., - Colombia

www.utb.edu.co

© 2024