

LA COMPARTICIÓN DEL CONOCIMIENTO: ESTRATEGIA COMPETITIVA PARA LAS ORGANIZACIONES

EXPERTO: Marisol Chiquinquirá Fucci Bornachera (Venezuela)

Jefe del Departamento de Gestión de Información y Conocimiento de la Dirección de Relaciones Interinstitucionales de la Universidad del Zulia. Maracaibo-Estado Zulia- Venezuela

RESUMEN

Conocimiento palabra involucrada en diversas actividades y múltiples etapas de nuestra vida, la nueva economía se basa fundamentalmente en que el factor central en el proceso de creación de riqueza pasa a ser el conocimiento y los demás activos intangibles contactos, creatividad, innovación, posicionamiento, relaciones e intercambios. Para generar un contexto facilitador en la creación del conocimiento todos los individuos que pertenecen a las organizaciones, deben dirigir sus esfuerzos a la construcción de métodos innovadores y creativos, que permitan el avance y desarrollo de la compartición del de conocimiento.

Un contexto óptimo en la creación del conocimiento debe considerar tanto los factores tangibles como los intangibles manteniendo cierto dominio en la innovación tecnológica, el manejo y desarrollo del capital humano, el entorno y espacio donde crece y se fortalecen las instituciones, y el tipo de relación con su medio ambiente; debido a que resulta favorable para las organizaciones y las comunidades originar espacios adecuados donde puede darse la creación y transferencia del conocimiento en forma espontánea y libre, para convertir ese conocimiento implícito en explícito y lograr llegar a un proceso de socialización.

Las organizaciones inteligentes le están dando importancia, al conocimiento que tienen para hacer mejor uso de este, por lo que invierten tiempo y esfuerzo por definir cómo crearlo, plasmarlo, conservarlo y administrarlo. Por lo tanto, se debe desarrollar un ambiente adecuado que permite disponer de un sitio especial para generar y plantear discusiones; acceder a reuniones, socializar e intercambiar información; favorecer intercambio de experiencias; establecer acuerdos y disensos; generar propuestas y construir conocimiento.

Esto permitirá de cierta forma contribuir directamente al fortalecimiento y desarrollo de la compartición del conocimiento dentro de las organizaciones, como también destacar y dar a conocer las personas con capacidades de líderes que dentro de las instituciones juegan un rol clave como activistas o agentes del conocimiento, estrategias que sin duda alguna deben seguir las organizaciones que deseen alcanzar la competitividad en el siglo XXI.