

## UNIDAD 3. ESTRATEGIAS BASADAS EN EL CONOCIMIENTO



**El conocimiento es uno de los activos con más valor en las empresas actualmente. Promover el desarrollo, la investigación y la innovación crean una ventaja competitiva considerable en el mundo de los negocios.**

## Tabla de contenido

<b>UNIDAD 3. estrategias basadas en el conocimiento .....</b>	<b>1</b>
<b>Tabla de contenido .....</b>	<b>2</b>
<b>Introducción .....</b>	<b>3</b>
<b>Objetivos .....</b>	<b>3</b>
Objetivo general .....	3
Objetivos específicos .....	3
<b>3.1 La gestión del conocimiento .....</b>	<b>4</b>
<b>3.2 La gestión del conocimiento .....</b>	<b>4</b>
<b>3.3 Propiedad intelectual .....</b>	<b>5</b>
<b>Resumen .....</b>	<b>7</b>
<b>Bibliografía .....</b>	<b>8</b>

## Introducción

En esta unidad presenta las estrategias basadas en el conocimiento, por medio de la explicación de las características de la **gestión del conocimiento**, relacionada con las con las estrategias del negocio y la propiedad intelectual.

## Objetivos

### Objetivo general

Familiarizar al estudiante en las estrategias basadas en el conocimiento.

### Objetivos específicos

- Explicar la gestión del conocimiento
- Determinar el conocimiento y la estrategia del negocio
- Interpretar la propiedad intelectual

### 3.1 La gestión del conocimiento

#### ¿Qué es el conocimiento?

Es importante precisar en qué consiste este recurso renovable, que puede ser usado en la producción de bienes y servicios por parte de la empresa.

De acuerdo con Peter Gottschalk:

“El conocimiento se define como la información combinada con la experiencia, el contexto, la interpretación, la reflexión, la intuición y la creatividad. La información se convierte en conocimiento una vez que se procesa en la mente de un individuo. Este conocimiento se convierte en información de nuevo una vez que se articula, o se comunica a los demás en forma de texto, en producto computacional, palabras habladas o escritas u otros medios” (Gottschalk, 2007).

El mismo autor define la **gestión del conocimiento** “... como un proceso sistémico y específicamente organizacional para adquirir, organizar y comunicar el conocimiento de los empleados para que otros empleados puedan hacer uso de él (sic), para ser más eficaces y productivos en su trabajo” (Gottschalk, 2007).

La **Sociedad de la información** convirtió la información digital en un valor económico y social, en conocimiento útil que crea nuevas industrias y mejores puestos de trabajo, para transformar positivamente la forma de vida de la sociedad. El desarrollo basado en el uso del conocimiento, busca convertirlo en PIB.

### 3.2 La gestión del conocimiento

El ingeniero de saber cómo incorporar el conocimiento a la estrategia del negocio, lo que implica **definir la estrategia apropiada**. Para esta labor debe tener en cuenta la misión, la visión y los valores. De acuerdo con Atehortúa, “para un sistema de gestión del conocimiento (*es necesario*), que la entidad incorpore esta variable (la gestión del conocimiento) en su plataforma estratégica, como elemento orientador de la acción y como cohesionador de los diferentes frentes organizacionales en que se produce conocimiento”<sup>1</sup>. (Atehortúa, Valencia, & Bustamante, 2011)

---

<sup>1</sup> Cursiva usada por el correcto de estilo.

La organización debe tener claro el concepto de **plataforma estratégica**, conformada por la misión, la visión, los valores, las políticas, las metas y los indicadores.

Para la **misión** es recomendable incorporar elementos y actividades relacionados con la gestión del conocimiento; por ejemplo, si la empresa se dedica a la consultoría en la Ingeniería. Es posible encontrar empresas que no tengan una vinculación plena con el conocimiento, debido a su grado de desarrollo, razón por la que debe incluirlo en la visión, como un escenario a alcanzar en el futuro.

Los **valores** son claves en la gestión del conocimiento y dan sentido a las competencias de los empleados. Entre los cuales se destacan:

- **Trabajo en equipo**, dado que la producción de conocimiento es colectiva.
- **Apertura**: se trata de admitir nuevas ideas, romper paradigmas y desafiar la tradición.
- **Innovación**: en este caso es conveniente revisar que la innovación sea una característica básica.
- **Responsabilidad social**: la gestión del conocimiento debe ser socialmente responsable, para mitigar el impacto negativo generado en la sociedad.

Para que la planeación estratégica tome el protagonismo adecuado, las declaraciones se deben traducir en acciones planificadas, ejecutables, evaluadas y mejoradas, lo que significa incluir **objetivos, metas e indicadores**.

### 3.3 Propiedad intelectual

“Propiedad intelectual, según la OMPI<sup>2</sup>, se entiende, en términos generales, toda creación del intelecto humano. Los derechos de propiedad intelectual protegen los intereses de los creadores al ofrecer prerrogativas en relación con sus creaciones” (Atehortúa, Valencia, & Bustamante, 2011).

---

<sup>2</sup> Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (WIPO). La OMPI es el foro mundial en lo que atañe a servicios, políticas, cooperación e información en materia de propiedad intelectual (P.I.). Es un organismo de las Naciones Unidas, autofinanciado, que cuenta con 188 Estados miembros.

La misión de la OMPI es llevar la iniciativa en el desarrollo de un sistema internacional de P.I. equilibrado y eficaz, que permita la innovación y la creatividad en beneficio de todos. El mandato y los órganos rectores de la OMPI, así como los procedimientos que rigen su funcionamiento, están recogidos en el Convenio de la OMPI, por el que se estableció la Organización en 1967. Información tomada de la página oficial: <http://www.wipo.int/portal/en/index.html>

En Colombia, la **Superintendencia de Industria y Comercio (SIC)** y la **Dirección Nacional de Derechos de Autor (DNDA)**, con el apoyo de la **Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI)**, han unido sus esfuerzos, encaminados al fomento de la ciencia, la tecnología y la innovación en Colombia a través del Sistema de Propiedad Intelectual, dando cumplimiento a la política pública del Gobierno, consagrada en el Conpes 3533 de 2008 hasta el Plan Nacional de Desarrollo 2010-2014, evidenciando la trascendencia de la propiedad intelectual como uno de los componentes que debe ser impulsado para alcanzar las metas que se ha trazado el país en materia de productividad y competitividad.

## Resumen

El **conocimiento** es un recurso renovable que la empresa puede utilizar en la producción de bienes y servicios. Se define como la **información combinada** con la experiencia, el contexto, la interpretación, la reflexión, la intuición y la creatividad.

La gestión del conocimiento, según Gottschalk, “es un proceso sistémico y específicamente organizacional para adquirir, organizar y comunicar el conocimiento de los empleados para que otros empleados puedan hacer uso de él, para ser más eficaces y productivos en su trabajo”.

El capital intelectual se subdivide en capital humano, capital estructural y capital relacional.

El conocimiento y la estrategia de negocio deben ser incorporados en una plataforma estratégica que disponga de la misión, visión, valores, políticas.

La propiedad intelectual es toda creación del intelecto humano, cuyos derechos deben ser protegidos para sus creadores.

## Bibliografía

- Atehortúa, F., Valencia, J. A., & Bustamante, R. (2011). *Gestión del conocimiento organizacional. Un enfoque práctico*. Gestión y conocimiento.
- Gottschalk, P. (2007). *Knowledge management systems. Value shop creation*. EE. UU: IGI Global.
- Hindle, T. (2008). *Management: las 100 ideas que hicieron historia*. Cuatro Media.
- Murcia, J. D. (2009). *Proyectos, formulación y criterios de evaluación*. Bogotá: Alfa Omega.