

LA ORGANIZACIÓN: UN RETO EPISTEMOLÓGICO EN UNA ECONOMÍA DEL CONOCIMIENTO

Juan Carlos Robledo Fernández^a, Ph.D

jrobledo@unitecnologica.edu.co

Fecha de recepción: agosto de 2014 Fecha de aceptación: octubre de 2014

"Para poder construir tecnologías efectivas que permitan la gestión del conocimiento, es necesario comprender cómo los individuos, grupos y organizaciones lo utilizan...El reconocimiento del conocimiento y el capital intelectual como creadores de valor han establecido una nueva gama de conceptos que apuntan a las teorías y prácticas de la Dirección"
(Ross, J. Von Krogh- The Epistemological Challenge)

Resumen: La preocupación actual por la innovación, no es más que la respuesta de los agentes del mercado en especial los del tipo de organizaciones productivas que, frente al rigor de la competencia, se ven abocados en la adopción de estructuras cambiantes, procesos cambiantes y límites cambiantes. Tal como lo manifiesta Schilling M.A, en 1998: "Para muchas empresas, el desarrollo de nuevos productos es ahora el factor singular más importante para conducir la empresa hacia el futuro". De otra parte, la habilidad para desarrollar los nuevos productos innovadores puede ser una fuente de ventaja competitiva (Mc Adam R., 2002). Sin embargo el mayor énfasis se ha estado haciendo en el proceso de innovación, dejando a un lado el proceso de creatividad que tiene que ver con la "generación de ideas".

Palabras clave: Aprendizaje, Conocimiento Organizacional, Creatividad, Innovación

Abstract: The current concern for innovation is simply the response of market players especially productive type organizations against the rigor of competition are forced to adopt changing structures, changing processes and changing boundaries. As manifest Schilling MA, in 1998: "For many companies developing new products is now more important to drive the company forward singular factor." Furthermore, the ability to develop innovative new products can be a source of competitive advantage (Mc Adam R., 2002). However, the major emphasis has been doing in the innovation process, leaving aside the creative process that has to do with the "generation of ideas."

Keywords: Learning, Organizational Knowledge, Creativity, Innovation

^aDoctor en Administración por la Universidad EAFIT (Colombia), Profesor de la Universidad Tecnológica de Bolívar adscrito a la Facultad de Economía y Negocios.



1. INTRODUCCIÓN

En toda época y en todo tiempo pasado, presente y futuro, las sociedades humanas han debido dar respuesta a tres funciones básicas de subsistencia: la producción, la distribución y el consumo. Cada una de estas tres funciones ha sido el modo prevaleciente que caracteriza y ha caracterizado a las sociedades humanas. De hecho, la existencia de estas tres funciones permite inferir que la "organización" siempre ha sido un concepto que ha estado implícito en el tejido humano. Sin embargo, la evolución de las sociedades humanas ha llevado a la construcción de un tejido social cada vez más complejo, lo que ha implicado que estas tres funciones "naturales" de la sociedad, han sido tejidas y ligadas a los "artefactos" sociales tales como el comercio, el dinero, que interactúan en "el mercado formador de precios", y lo que hoy entendemos como una "economía de mercado".

La racionalidad económica desde la perspectiva de la función de producción lleva al hombre a comprender el "poder" del conocimiento y su influencia en una economía de mercado. De tal modo que, en el marco del conocimiento se da origen al concepto de la ciencia, la tecnología y la innovación.

1. INTRODUCTION

In every age and in all the past, present and future, human societies have had to answer three basic functions of subsistence production, distribution and consumption. Each of these three functions has been the prevailing mode that characterizes and has characterized human societies. In fact, the existence of these three functions can be inferred that the "organization" has always been a concept that has been implicit in human tissue. However, the evolution of human societies has led to the construction of an increasingly complex social fabric, which has meant that these three "natural" functions of society, have been woven and attached to the social "artifacts" such as trade, money, interacting in "the trainer market prices" and what we understand today as a "market economy".

Economic rationality from the perspective of the production function leads man to understand the "power" of knowledge and influence in a market economy. So given rise to the concept of science, technology and innovation in the context of knowledge.

2. EL RETO ESPISTEMOLÓGICO EN LAS ORGANIZACIONES

La ciencia, la tecnología y la innovación como producto de una racionalidad económica se refleja en la "organización productiva", que imprime su énfasis en el control del capital físico (y todos sus procesos de transformación) como fuente de riqueza. Sin embargo, en la medida en que la "ciencia" y todo su cuerpo de conocimientos avanzan traducándose en tecnologías, éstas, permiten el desarrollo de innovaciones que dan un mayor significado y valor económico que el mismo capital físico, surgiendo la idea, que frente al capital físico, es más importante sostener la ventaja competitiva que da el capital intelectual (Ross, J. Von Krogh, 1996).



Ahora bien, a mi modo de ver, la racionalidad económica ha llevado a la construcción de un sistema económico social predominante: El capitalismo. Este sistema bajo la premisa Mengeriana de "la escasez de medios" ha llevado a que la inteligencia humana agilice los procesos de producción de conocimiento (bajo los supuestos de optimización, maximización y minimización), desde entonces el efecto ha sido una transformación de las sociedades, acompañada de sus respectivas asimetrías reflejadas en las ventajas y desarrollos que se muestran en un país determinado con respecto a otros y, por qué no decirlo, en todo caso desde una perspectiva global, el conocimiento nos ha "segmentado" (aunque debería unirnos aún más) como países, como sociedades, como seres humanos. Estos efectos no vienen solos, tienen un impacto profundo en las estructuras mismas de las organizaciones productivas y no productivas. Sin embargo es en las productivas (las que se debaten en el marco de la competencia por los mercados) donde el "conocimiento" está marcando la pauta en la creación de ventajas competitivas, como lo manifestase Motorola en su momento, estamos en la "edad de la mente", llevando a lo que Ross J. Von Krogh (1996) ha denominado "The Epistemological Challenge".

En este sentido, surge en la estructura organizacional, la figura de la Dirección de Conocimiento como el núcleo de la empresa que se relaciona íntimamente con el episteme de la compañía o la organización. Así, se ha dado origen a categorías como: Capital Humano, Capital Intelectual, Red de Conocimiento, Creatividad, Información, Datos, Innovación, Tecnología, etc...

Es significativo que se comprenda que la diferencia entre los países ya no obedece solo a la dotación de recursos naturales, sino también a la cantidad y calidad del conocimiento que produce, que agrega y que transforma (Arrow, 1962). Esto quiere decir, que lo que se está comprometiendo desde la perspectiva de la producción de conocimiento en la organización productiva, es el "conocimiento tecnológico", en otras palabras, la función de producción es una expresión de este conocimiento.

Sin embargo, la producción de este conocimiento tecnológico debe entenderse desde el marco de los retos de la globalización, de los retos de una nueva ética, y de la fragmentación especializada del conocimiento (Nasher F.B, 2001). En concreto, la organización en la perspectiva racional económica y con una función de producción que necesariamente expresa un grado de conocimiento tecnológico, se enfrenta desde el punto de vista pragmático a tres elementos fundamentales: la investigación, la interpretación y la acción. Elementos que para que sean funcionales, deben estar orientados por el mercado, el personal y la organización.

O sea, el conocimiento tecnológico expresado por una función de producción, obliga a que la corporación, la empresa, deban transformarse en una "organización de aprendizaje" pero esto no será posible si la corporación no inicia por un curso de "calidad de personal" (Elkjaer, 2001). Lo que implica, que la corporación debe tener una "visión compartida para que funcione como una organización de aprendizaje, como lo plantea Senge, (1990), "la visión compartida provee el focus y la energía para aprender".



En este sentido, se recalca, que el aprendizaje no es solo un proceso epistemológico basado en la cognición individual, el aprendizaje debe también ser visto como una situación social. Toda acción de aprendizaje ocurre a través solo de los individuos y su participación en las comunidades de prácticas que puedan desenvolverse en ambientes "lo suficientemente buenos", sin confundir este ambiente con un escenario necesariamente de comodidad, sino por el contrario, comprender el ambiente suficientemente bueno como una factor para el desarrollo del aprendizaje organizacional que es motivado permanentemente por las situaciones de incertidumbre, como lo plantea Dewey:

"Si nosotros deseamos aprender desde nuestras experiencias, nosotros debemos aplicar nuestras habilidades como humanos para reflexionar sobre las relaciones entre nuestro actuar y nuestras experiencias presentes".

Ahora bien, el concepto de aprendizaje desde la organización presupone la habilidad para adaptarse al cambio. Desde esta perspectiva, la organización que aprende es una organización que se adapta al cambio y, el cambio desde el punto de vista macro emerge como un proceso de transformación de los países y puede ser solamente entendido desde las prácticas de los individuos y grupos en los niveles locales del sistema económico (Kogut, 2003). Cabe entonces preguntarnos: ¿qué se entiende por cambio organizacional? Se comprende el cambio organizacional como "el aprendizaje que ocurre en una organización que produce reales o potenciales cambios, después un cambio en las relaciones a través de la acción organizacional y la responsabilidad medioambiental". Sin embargo, desde esta posición, me atrevo a creer que no se tiene en cuenta el hecho que si el cambio proviene del aprendizaje organizacional, éste debe contener implícita o explícitamente un componente de identidad organizacional. Porque como bien lo plantea Kogut (2003): "El aprendizaje individual no es garantía de aprendizaje organizacional". Esto se ve claramente reflejado en la visión ontológica del conocimiento, cuando expresa que éste es creado solo por los individuos. Una organización no puede crear conocimientos sin individuos, por lo tanto, una organización solo aprende de individuos que aprenden.

En este contexto, es necesario considerar el hecho que la empresa, la corporación, no es un "ente aislado" de la sociedad, que, como otros agentes, hace parte de su tejido social y, que el progreso del conocimiento tecnológico que la organización pueda desarrollar está íntimamente relacionado con otros actores. Del mismo modo, desde la premisa que en el actual entorno económico los que compiten no son los países sino las empresas, y que existen brechas de "conocimiento tecnológico" que una empresa no puede superar sola, sin el concurso de la "institucionalidad". Esto lleva a la pregunta: ¿cómo la función pública interviene en el proceso para la producción de conocimiento, ciencia y tecnología en un país, de tal manera que se pueda adaptar al cambio? O, según lo planteara Margaret Graham., 1987, ¿cómo podrían la industria, el gobierno y la academia dividir los diferentes tipos de actividades científicas?



A nivel de países, se han creado entidades públicas con el propósito de gestionar e impulsar lo que podría llamarse un Sistema de Gestión de Ciencia y Tecnología, uno de sus propósitos principales es la de a partir del capital humano, capital intelectual articulado, a partir de las universidades y centros de investigación, promover, impulsar las fronteras de la ciencia pero muy especialmente impulsar la innovación tecnológica. En este sentido, dos tipos de innovación tecnológica se reconocen como objetivos de estos sistemas: Las Innovaciones Radicales que generalmente son asumidas por centros especializados de Investigación y Desarrollo; y la innovación incremental o de mejoramiento que son producto de la práctica cotidiana del trabajo organizacional.

Sin embargo, los resultados en los diferentes países dista mucho unos de otros, pues al ser expresada la investigación como una función de producción, ésta se somete a la racionalidad económica que implica el asumir los costos de oportunidad, la focalización, que también es una función del grado de formación del capital humano, como lo plantea Margaret Graham: "se ha pasado de la ciencia de la industrialización a la industrialización de la ciencia". Esto ha llevado al tránsito de una investigación "individual" a una investigación colectiva, de redes (Wittington, 1999), que trae como consecuencia que, el "cambio" desarrolle tres dimensiones: "en estructuras, en procesos y en las fronteras o límites de las organizaciones". Encontrando aquí los nuevos "conductores" del nuevo escenario competitivo: La tecnología de información y la globalización. Esto lleva a que la "organización que aprende" deba hacerse a características tales como: la flexibilidad, el conocimiento, la creatividad y creación y la colaboración o asociatividad que le permita a las nuevas formas de organización producir conocimientos desde una teoría de la contingencia hacia una teoría de la configuración. Entendiendo la contingencia como toda variable externa, característica ambiental, factor circulante o fuerza influyente que pueda afectar el diseño efectivo de la organización, como lo expusiera Roli Varma (1995): "Existe una relación funcional entre las condiciones ambientales y las técnicas administrativas apropiadas para el alcance de los objetivos". Manifestándose de esta forma, que no existe una teoría única para la solución de los problemas organizacionales.

3. CONCLUSIONES

La preocupación actual por la innovación, no es más que la respuesta de los agentes del mercado en especial los del tipo de organizaciones productivas que frente al rigor de la competencia se ven avocadas en la adopción de estructuras cambiantes, procesos cambiantes y límites cambiantes. Tal como lo manifestase Schilling M.A, en 1998: "Para muchas empresas el desarrollo de nuevos productos es ahora el factor singular más importante para conducir la empresa hacia el futuro". Sin embargo esta presión del mercado para ser más competitivo lleva a la organización moderna al necesario desarrollo de su "lado oscuro" y es precisamente aquel que tiene que ver con la relación entre "poder e individuo, como lo señalare Foucault: "una relación entre poder, saber y sujeto".



Finalmente, la habilidad para desarrollar los nuevos productos innovadores puede ser una fuente de ventaja competitiva (McAdam R., 2002). Sin embargo el mayor énfasis se ha estado haciendo en el proceso de innovación, dejando a un lado el proceso de creatividad que tiene que ver con la "generación de ideas". En concreto, la ventaja competitiva debería tener como mayor fuente antes que la innovación tecnológica, el desarrollo del conocimiento organizacional orientado a la creatividad; entre otras cosas porque ser creativo e impulsar la creatividad es una actividad menos costosa que la implementación tecnológica. Pero estas ideas para la creatividad en la organización solo tendrán éxito si son motivadas por el "conocimiento" (Amabile, 1997), en el marco de un ambiente lo suficientemente bueno y receptivo. En definitiva, el reto epistemológico de las empresas se desenvuelve en la circularidad.



REFERENCIAS

- Amabile, T.M. (1997). Motivating *creativity* in organizations: On doing what you love and loving what you do. *California Management Review*, 40, 39-58.
- Arrow, K.J. «The economics implications of learning by doing», *Review of Economic Studies*, 29 (Junio, 1962), p. 155-173.
- Dewey J., (2008) *Teoría de la Valoración*, 42, Editorial Siruela.
- Elkjaer, B. The learning organization: an undelivered promise. *Management Learning*, 32(4), 2001, p. 437-452.
- Graham, M.B.W. (1987). Another turning point for R&D, *McKinsey Quarterly*, Otoño87 (4), p. 22-35.
- Kogut, B. (2003). The globalizing learning economy. *Administrative Science Quarterly*, 48(1), p. 157-163.
- McAdam, R., McClelland, J. (2002). Sources of new product ideas and creativity practices in the UK textile industry. *Technovation*, 22(2), 113-121.
- Nasher, F.B., Ruhe, J. (2001). Putting American pragmatism to work in the classroom. *Journal of Business Ethics*, 34 (3,4), 317-330.
- Ross, J., Von Krogh, G. (1996). «The epistemological challenge: managing knowledge and intellectual capital», *European Management Journal*, 14(4), p. 333-337.
- Senge, P. (1990). La quinta disciplina. El arte y la práctica de la organización abierta al aprendizaje. *Granica, España*.
- Schilling, M.A., Hill, C.W. (1998). Managing the new product development process: strategic imperatives, *Academy of Management Executive*, 12(2), p. 67-81.
- Varma, R. (1995). Restructuring Corporate R&D: From an autonomous to a linkage model, *Technology Analysis & Strategic Management*, 7(2), 231-247.
- Whittington, R. Pettigrew, A., Peck, S., Fenton, E., Conyon, M. (1999). Change and complementarities in the new competitive landscape: A European panel study, 1992-1996, *Organization Science*, 10(5), p. 583-600.

