

Tendencias en economía del conocimiento

Eliana Guevara Sánchez* y Samira Alkhatib**

La economía del conocimiento se define como un procedimiento que marca una transición hacia un sistema de producción, basado en la ciencia y la tecnología, acompañado de la intensiva inversión en tecnologías avanzadas y/o en la educación. Para entender mejor a qué hace referencia la economía del conocimiento, se concibe a la organización como un ente administrador de conocimiento, al cual la habilidad de identificar, adquirir, generar, difundir y capturar los beneficios que brinda el conocimiento le proporciona una ventaja estratégica y competitiva.

La importancia y el interés que tiene “La economía del conocimiento” en el conocimiento se explica debido al reconocimiento que hacen los agentes económicos del mismo como un factor decisivo de la producción y de los procesos organizacionales.

Para apoyar al papel del conocimiento en estos procesos, la economía del conocimiento destaca el papel de tres aspectos que están relacionados con el proceso organizacional: la globalización, que incluye la identificación de los mercados, los pro-

ductos y los servicios. La intensidad en el uso de la información y el conocimiento, que hace referencia a la producción basada en el “know How” de las empresas. Y la conectividad y las redes de información, que se deben desarrollar como parte del proceso organizacional, y que están representadas, básicamente, en Internet y en las telecomunicaciones.

Visto desde esta perspectiva, la Economía del Conocimiento está caracterizada por un entorno, descrito principalmente por tres premisas, donde: 1) no existe el concepto “local”, 2) la información y el conocimiento se encuentran a disposición para ser compartidos, 3) no existen barreras comerciales, y 4) el conocimiento produce valor agregado, gran demanda y capital humano (Héctor Parker Rosell: 2003).

De acuerdo con esto, la Economía del Conocimiento tiene implicaciones en diferentes áreas del aspecto organizacional e institucional. Por ejemplo, sus implicaciones políticas se reflejan en los nuevos enfoques económicos, en las regulaciones e impuestos, y en las nuevas formas de colaboración por parte del gobierno. Las implicaciones para las empresas se resumen en el reco-

* Estudiante de la Universidad Externado de Colombia, Facultad de Economía.

** Estudiante de la Universidad Externado de Colombia, Facultad de Economía.

nocimiento del conocimiento como base de la producción, el desarrollo de nuevas políticas corporativas, y el desarrollo de nuevas infraestructuras tecnológicas. Las provocaciones que genera este tipo de economía son las nuevas formas de evaluar, invertir, y medir los beneficios.

Con base en todos los aspectos que envuelven la Economía del Conocimiento, se resalta la importancia de que las organizaciones o empresas involucren el conocimiento acompañado del uso de Tecnologías de Información como parte del desarrollo de sus procesos productivos y organizacionales, lo cual se puede interpretar como una cadena de valor digital.

Para mostrar la importancia que tienen estas transformaciones, se hace hincapié en la relevancia que tiene el manejo virtual de las relaciones comerciales y negocios en todo el mundo, pues, en la actualidad, la creación de valor en los negocios electrónicos se origina en el estudio del valor comercial de la tecnología de la información y el conocimiento. Esto se debe principalmente a que hoy en día lograr la excelencia operacional en negocios electrónicos mejora el desempeño financiero de las organizaciones, razón por la cual las empresas deben comprometer los recursos necesarios para desarrollar estos objetivos¹.

A través de esta “inclusión digital”, el objetivo es que las empresas puedan alcanzar la excelencia operacional que incluye aumentos en sus ingresos por empleado, márgenes de ganancia bruta, rendimiento de activos, y retorno sobre la inversión. Es de vital importancia entender los bene-

ficios que le genera a las empresas el uso de medios electrónicos pues, como lo describe la Economía del Conocimiento, éstos permiten eliminar las barreras comerciales, compartir información y conocimiento a nivel mundial, y ampliar los mercados, los productos y los servicios que la compañía puede ofrecer, entre otros.

Un ejemplo claro de los beneficios es la evidencia de que las empresas cuyas ventas por Internet generan una parte importante de sus ingresos, probablemente necesiten menos personal que las que usan únicamente canales tradicionales de distribución. Estos beneficios también permiten trasladar al consumidor tareas tales como reunir información sobre productos, ingresar pedidos y rastrear embarques.

Además de los ingresos online, la reducción del costo del producto por medio de la compra de los componentes del proceso en Internet, también hace parte del éxito en las operaciones electrónicas. Las ventajas de esta compra incluye precios más bajos, mayor coordinación con los proveedores, menos problemas de faltantes, y cronograma de producción más tranquilo que permite desarrollar operaciones “just-in-time”. Aunque cabe aclarar que si bien la compra online es difícil de implementar para las compañías, ésta puede ser el elemento clave de la excelencia operacional en negocios electrónicos.

Para mostrar otros de los beneficios que las empresas pueden obtener para su desarrollo operacional, a través del uso del conocimiento y de las tecnologías de la información, es importante introducir una

¹ Las empresas que incorporen estas herramientas a sus actividades diarias, podrán aprovechar las oportunidades aún no explotadas que ofrece la presencia de Internet.

de las reformas más importantes que a nivel mundial han implementado las empresas para medir su rendimiento.

Anteriormente, los indicadores financieros de una empresa se medían exclusivamente con base en las cifras financieras calculadas por medio de la contabilidad de las compañías. Actualmente, el rendimiento de las empresas no se puede encontrar únicamente en los datos financieros; existen otras medidas como la calidad, la satisfacción del cliente, la innovación, y la cuota de mercado que también reflejan la situación económica de una empresa y sus perspectivas de crecimiento.

El alcance de Internet le permite a las empresas aumentar su cuota de mercado por medio de la eliminación de barreras comerciales, fomentar la innovación de los productos a través del conocimiento e información que pueden obtener e intercambiar a través de la red, y - una de las cosas más importantes- es que permite a las compañías encontrar nuevos clientes sin verse limitadas por la geografía y por el tamaño. Además, sin un alto costo en marketing.

Simultáneamente, las empresas tienen la tarea de llevar a sus clientes existentes a hacer negocios online. Así, un sitio bien manejado brindaría a los clientes gran parte de la información que necesitan, y les garantizaría respuestas rápidas a sus preguntas pues los sitios web de las empresas ofrecen amplias bases de información, comunidades online y funciones interactivas que permiten a los clientes atenderse solos. Sin embargo, el servicio online al cliente sigue siendo un área poco explorada.

De esta forma, la tecnología y la información se transforman para las empresas en

toda una cadena de valor, en la que los procesos propulsores se identifican en tres áreas: procesos de negocios electrónicos de clientes y proveedores; aplicación de tecnologías de información para clientes, proveedores y operaciones internas; y aptitud de clientes y proveedores para los negocios electrónicos. Cuando se habla de procesos, se hace referencia al procesamiento de información dentro de la empresa, y a las tareas vinculadas con dicha información. Esto pone en evidencia que la clave de las relaciones es el intercambio de información.

Todo lo anterior muestra que para la economía del conocimiento y del Internet, se requiere una transformación fundamental de las empresas, al menos de las tradicionales. Los verdaderos beneficios de la nueva economía se alcanzan a través de la digitalización de la cadena de valor en su totalidad.

Respecto al desarrollo de la Economía del Conocimiento en Colombia, debemos reconocer que Colombia hace parte del grupo de países, en vía de desarrollo, que está inmerso en la brecha digital que existe, en la actualidad, con los países desarrollados. La brecha digital ha llamado la atención en todo el mundo por el impacto que tiene en el desarrollo de las tendencias del entorno global, las cuales parten cada vez más, del intercambio de información y conocimiento. Como resultado de esto, el acceso a las TICs, como herramienta de desarrollo, está convirtiéndose en un importante asunto político, económico y social.

Debido a que la economía actual está enfocada hacia la integración de actividades, contribuir al desarrollo de una sociedad informada, conectada e integrada al en-

torno mundial, es hoy en día uno de los principales objetivos que deben perseguir los gobiernos de los países. Sobre todo de los países como Colombia, pues algunas organizaciones internacionales y financieras han puesto énfasis en la relevancia de la contracción de la brecha digital para promover el desarrollo sostenible, creando programas donde la educación es el eje fundamental.

Aunque los gobiernos saben que lograr la participación de toda la población en este nuevo medio, y en este tipo de economía, no es tarea fácil y requiere contemplar la interacción de muchos componentes, la mayoría de ellos se han propuesto la tarea de crear y apoyar proyectos tecnológicos con beneficio potencial para la población.

A pesar de que Colombia ha dado grandes saltos en el uso de las TICs, aún está distante de alcanzar los niveles que le permitan aproximarse a lo que se ha reconocido como Sociedad de la Información, y alcanzar la e-inclusión. Por ende, se encuentra un poco lejana de llegar al punto óptimo de la Economía del Conocimiento.

Finalmente, se debe reconocer que, en la actualidad, el principal motor del crecimiento económico, más allá de la creciente importancia de la información y el conocimiento, es la relevancia de su explotación como recurso económico. Es decir, el valor de la información que incluye las ideas, los conocimientos y la inteligencia como un bien económico de capital. Sin embargo, es importante que tanto los gobiernos como la sociedad en general en-

tiendan que la obtención de una economía de la información y del conocimiento no garantiza que se desarrolle una sociedad de la información: Un país puede tener a su disposición una potente economía de la información, sin que llegue, probablemente, a constituirse en una sociedad de la información.

Para entender mejor este fenómeno, aclaramos que al concepto de economía de la información se asocia el hecho de que es una economía en la cual se ha desarrollado un sector para promover el conocimiento que contribuye al crecimiento de la información y consta de “una industria potente en contenidos, acceso y procesamiento de información” (CARDONA MADARIAGA: 2002). Por su parte, la sociedad de la información aborda el uso intensivo de la información en la vida social, cultural, económica y política.

Referencias Bibliográficas

Cardona, D. 2006. Economía o sociedad de la información. Revista Sotavento, Universidad Externado de Colombia. Volumen 1, numero 6, marzo.

Cardona, D. 2004. El gobierno electrónico. Una herramienta estratégica de toma de decisiones. Universidad empresa. Bogotá, Universidad del Rosario. No. 3, 4, y 5. Mayo 2004.

Gómez, P. 1993. Matemáticas básicas, Bogotá, Universidad de los Andes.

Rosel P. H., MSc. CICESE, 2003. Economía del conocimiento.