

LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN, CLAVES PARA LA GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO EMPRESARIAL¹

THE INFORMATION AND COMMUNICATION, KEY BUSINESS KNOWLEDGE MANAGEMENT

Alberto Blázquez Manzano²

FORMA DE CITACIÓN

Blázquez, A. (2013). La información y comunicación, claves para la gestión del conocimiento empresarial. *Revista Dimensión Empresarial*, vol. 11, Núm. 1, pp. 23-32.

RESUMEN

Este trabajo analiza la literatura referida a la gestión del conocimiento en las organizaciones. El objetivo radica en valorar la importancia de la gestión de la información y comunicación como condición clave para otorgar al conocimiento un valor estratégico en la organización. Se parte de fuentes secundarias y se han seleccionado y analizado trabajos que profundizan en los subconceptos de la información y comunicación, así como aquellos que han mostrado claramente el proceso de transferencia práctica de los mismos en la implantación de un modelo de gestión del conocimiento.

Palabras clave: Conocimiento, información, comunicación, recursos humanos

ABSTRACT

This paper analyzes the literature on knowledge management in organizations. The objective is to evaluate the importance of information management and communication as a key condition to give the knowledge of strategic value to the organization. It starts from secondary sources have been selected and analyzed the studies that have delved into the sub-concepts of information and communication, as well as those who have shown clearly the process of practice transfer them in the implementation of a knowledge management model.

Keywords: Knowledge, information, communication, human resources

1. INTRODUCCIÓN Y OBJETIVO DEL TRABAJO

El ritmo vertiginoso de los cambios en el entorno empresarial (nuevos programas, nuevas tecnologías, nuevas de formas de gestionar...), están logrando que las fuentes tradicionales de ventaja competitiva (tecnología, activos físicos,

financieros, etc.), no sean suficientes ya que todos ellos tienden a estar más a disposición de cualquier competidor, en igualdad de condiciones y en mercados abiertos.

Tradicionalmente, el convencimiento de que la información útil para generar conocimiento era un recurso, un valor o

¹ Artículo de revisión. Recibido en abril 28 de 2013. Aprobado en mayo 17 de 2013

² Doctor en Ciencias del Deporte por la Universidad de Extremadura. Profesor asociado Universidad Internacional de La Rioja. Correo: alberto-blazqu50@gmail.com