

Editorial

Cuando una sociedad se mueve más rápido que su misma conciencia colectiva, ¿Cuál es el conocimiento que necesitamos? La respuesta puede tener diversas posturas, aproximaciones teóricas y epistemológicas. Sin embargo, cuando la pregunta se hace en el contexto del mundo empresarial, emerge una acotación o asíntota que implica el replanteamiento de modelos actuales tanto de gerencia como de organizaciones.

En una economía del conocimiento que avanza velozmente a través del desarrollo de la ciencia y la tecnología, atravesando el paradigma del mundo digital, la inteligencia artificial, las industrias 4,0; la robótica, el internet de las cosas, la cibernética, y próximamente las 5G. Es de esperarse las rupturas de las prácticas empresariales actuales, por prácticas disruptivamente más complejas, pero al mismo tiempo más sencillas por el uso de las tecnologías emergentes. Esto por supuesto, llama poderosamente la atención hacia los aspectos no solo praxeológicos de las organizaciones, sino también la vinculación de los factores axiológicos, ontológicos y epistemológicos del conocimiento organizacional y, todo aquello que implique para los nuevos modelos de empresa una oportunidad o ventaja en su estrategia y sus propósitos.

En su libro *la Revolución de la Riqueza*, Alvin y Heidi Toffler (2006), proponen su tesis central sobre el cambio histórico, que está transformando al hombre, y a la vez cimienta una civilización nueva. Las nuevas sociedades humanas comienzan a cambiar la forma de concebir, de crear la riqueza, en términos de las nuevas circunstancias de tiempo, espacio y conocimiento. Y, sin embargo, vale la pena declarar, que, si bien es cierto, hoy la tecnología cambia lo que hacemos, no necesariamente tiene que cambiar la esencia de lo que somos.

Por ello, la pregunta ¿Cuál es el conocimiento que necesitamos? Se ve abocada a considerar las rupturas paradigmáticas de un homo sapiens, a un *homos digital*, trascendente, más veloz y cada vez más independiente del modelo empresarial patrono-trabajador. Las empresas ya no serán lo que son hoy, un lugar para el empleo, se transformarán en lugar para la creatividad, la innovación, y su principal preocupación no será pagarles a sus empleados para que trabajen, será, la de valorar el talento de su gente para la co-creación de valor.

El desafío subyacente para los investigadores en el campo y las disciplinas del conocimiento que constituyen el núcleo de las empresas, su administración su dirección y gestión, abordará problemas que aún no advertimos, patologías organizacionales que aún no nacen, y en paradigmas de dirección que aún no sabemos cuáles serán. Por ello, investigar en las organizaciones, la administración, la gestión, la estrategia y la gerencia, etc..., se hace cada vez más apremiante, en especial, una investigación interdisciplinaria, profunda, rigurosa, podrá aportar luces de comprensión para nuevas realidades, nuevos contextos y nuevos paradigmas en diversas dimensiones. Hoy el nombre del juego es “velocidad”, pero, en una era digital, la velocidad es natural, no es la diferencia, por tanto, ¿cuál será el nuevo nombre del juego global de los negocios? Si hoy compiten las empresas, quienes competirán en un futuro? Seguirá importando el tamaño?

Juan Carlos Robledo Fernandez, PhD.

Referencias

Toffler, A. & Toffler, H. (2006). *Revolutionary Wealth*. Alfred A. Knopf: United States of America.

Editorial

When a society moves faster than its own collective consciousness, the question we pose is, what is the knowledge we need? The answer might have different angles, theoretical and epistemological approaches. However, when the question is posed in a worldwide business context; limitations or an asymptote come out that implies the reconsideration of the currently models; not only managing models, but organizational patterns as well.

In a knowledge economy that advances dramatically through the science and technology development, and overcoming digital world paradigms such as: artificial intelligence, 4.0 industries, robotic, internet, cybernetics and very soon the 5G; ,it is not surprising the change of currently organizational practices for more complex and elaborated ones; that controversially are more simple due to the emerging technologies. This strongly calls the attention towards not only the praxis of organizations, but also the binding to axiological, ontological and epistemological aspects of the organizational know-how including all factors that could represent a chance or advantage in strategies and objectives for new organizational models.

In their book ;Revolutionary Wealth, Alvin and Heidi Toffler proposed their central thesis about the historical change which is transforming the man and founding a new civilization. The new human societies begin to change the way of conceiving, creating wealth in terms of the new circumstances of time, space and knowledge. However it is good to say that; even though, the technology changes what we do, it does not necessarily change the essence of what we are.

And that is why; the question posed at the beginning, what is the knowledge we need? is bounded by the consideration of paradigms breakage of a homo sapiens to a homos digital, transcendental, faster and each time more distant from the business model employer-employee. The companies will not be for so long what they are now and a job position will become a place for creativity, innovation and the companies main concern will not be to pay the employees for them to work, but give worth to the people talent in their own co-creation of value.

The subjacent challenge for the researchers in the field and disciplines of knowledge that builds up the core of the organizations, their direction, management, and operations, will cover up problems that we can not foresee, organizational pathologies that still do not exist and management paradigms that we do not know. Therefore looking into the organizations, administration ,managing strategies, etc. is everyday more urgent; specially, an interdisciplinary research, deep and rigorous could provide us with a brighter vision of the new realities, contexts and new paradigms in different dimensions. The name of the game today is "speed", but; in a digital era, the speed is inherent, it is not a difference so, what will be the new name for global business, if today companies compete, who will be competing in the future, will still the size be important?

Juan Carlos Robledo Fernandez, PhD.

Referencias

Toffler, A. & Toffler, H. (2006). Revolutionary Wealth. Alfred A. Knopf: United States of America.