

Prólogo

«Tengo seis honestos sirvientes (ellos me enseñaron todo lo que sé): sus nombres son Qué, Por qué, Cuándo, Cómo, Dónde y Quién».

Rudyard Kipling

En la actualidad la Gestión del Conocimiento es uno de los puntos principales en cualquier organización debido a la cantidad masiva de información que generan. El verdadero reto es saber utilizar esa información para mejorar la organización, la calidad de vida de los integrantes de la misma y de la sociedad en general. En palabras de Kipling, no basta con tener seis honestos sirvientes, tenemos que saber cómo organizar su trabajo para que al final del día todo esté donde debería estar y en la forma en la que debería estar.

La base para cualquier innovación que pretenda ser útil a la sociedad se basa en una buena gestión del conocimiento. El gran detective de ficción Sherlock Holmes lo describe muy bien cuando dice *«Es un error capital teorizar antes de poseer datos. Uno comienza a alterar los hechos para encajarlos en las teorías, en lugar de encajar las teorías en los hechos»*. Todas las grandes innovaciones de la humanidad han partido de información recopilada, gestionada y aprovechada de forma adecuada.

Al igual que en los individuos, en las organizaciones «el conocimiento es necesariamente finito, mientras que nuestra ignorancia es necesariamente infinita» (Karl Popper). Por lo que se debe de crear un modelo de gestión del conocimiento que permita absorber toda la información y además limitar la ignorancia de la organización a los aspectos más superfluos.

Entonces, si entendemos que la innovación va inherentemente unida a la gestión del conocimiento, no deberíamos dejar de pensar que el emprendimiento es fruto de la inspiración y empezar a pensar que la capacidad de emprender sale del conocimiento. Parafraseando a Jack London, no puedes esperar a la inspiración, tienes que perseguirla con un bate de beisbol, es decir, tienes gestionar la información de tal manera que te aporte los conocimientos necesarios para lograr emprender exitosamente.

En este libro se presentan casos singulares de emprendimiento de diferentes países, diferente contexto y diferentes objetivos, pero todos tienen algo en común: han cambiado la pregunta. Si cambiamos las respuestas a las preguntas estamos evolucionando, pero si cambiamos las preguntas estamos revolucionando. Los casos descritos utilizaron el conocimiento adquirido para cambiar las preguntas surgidas de las necesidades y con ello crearon soluciones y modelos innovadores que han obligado a inventarse nuevas respuestas.