

15.KNOWMADS: UN DESAFÍO PARA EL MERCADO LABORAL COLOMBIANO

NATALIA PÉREZ BETANCUR | nperezb@sena.edu.co

Servicio Nacional de Aprendizaje SENA, CESGE, Medellín-Colombia

Resumen: La sociedad de la información ha reinventado la fuerza laboral, provocando el surgimiento de una corriente de trabajadores nómadas del conocimiento, identificados por su neologismo inglés: knowmads (know: conocer – nomad: nómada). Los knowmads son aquellos trabajadores del futuro, con libertad geográfica y de horarios, los cuales se destacan por sus competencias digitales, su aprendizaje continuo y su generación de ideas innovadoras, las cuales ponen al servicio de todo aquel que lo

requiera, pues su espíritu de colaboración y su predisposición a generar comunidad, es indiscutible. Los knowmads provocan una nueva tendencia del mercado laboral que predominará en los años venideros, pudiendo favorecer la ruptura de barreras espaciotemporales y generando una disrupción en la gestión del talento humano. Su actitud creativa e innovadora, es altamente favorecedora para el sector empresarial, sin embargo, un knowmad está en permanente búsqueda de nuevos retos y no está

dispuesto a sacrificar proyectos personales, tiempo de esparcimiento familiar y horarios flexibles, por la estabilidad que le puede brindar la empresa a la cual le presta sus servicios. En este contexto, es menester preguntarse ¿cuáles son los presupuestos necesarios para que el mercado laboral colombiano pueda enfrentar el desafío de atraer y fidelizar a sus colaboradores knowmads?

1. Introducción

Los paradigmas sociales han avanzado conforme a las transformaciones de la globalización, pasando de una sociedad 1.0, donde se experimentaba la transición de lo agrario a lo industrial, primando las empresas de corte familiar, siendo la base de la actividad económica, hasta llegar a una sociedad 2.0 o también llamada sociedad de conocimiento, en la cual la tecnología suscita una serie de condiciones que obliga a las empresas a replantearse y pudiendo prever el advenimiento de una sociedad 3.0 o también conocida como la sociedad de la innovación, en la cual los vertiginosos avances tecnológicos hacen que se genere un cambio social sin precedentes, que indudablemente permeará todos los contextos haciendo casi imposible la predicción sobre el futuro [1].

Cada una de estas sociedades presenta unas considerables alteraciones en el mundo laboral y por ende en el perfil de los trabajadores, por ejemplo, en la sociedad 1.0, los empleados permanecían en sus fábricas y oficinas y se caracterizaban por es-

tar en la misma unidad económica durante toda su vida, desempeñando una tarea concreta con marcado nivel de especialidad, mientras que en la sociedad 2.0, el trabajador, apoyado en las tecnologías de la información y la comunicación, está facultado para desempeñar labores diversas y en diferentes centros de trabajo [2].

El trabajador de la sociedad 3.0 se perfila como un profesional con elevada dependencia del conocimiento y de las tecnologías, con una actitud permanente de colaboración y de innovación, dejando atrás el concepto de empleado manufacturero de la etapa postindustrial [3].

Esta clase de trabajador que desea cambiar las reglas del juego, caracterizado además por no necesitar un lugar físico para desempeñar sus funciones, fue nombrado por el investigador John Moravec como knowmad o nómada del conocimiento [4]. Este término es considerado una extensión del concepto de trabajadores del conocimiento, expuesto por Peter Drucker [5].

Indefectiblemente, esa nueva categoría de trabajadores influirá en la dinámica de las empresas colombianas, las cuales deberán ajustarse a las nuevas condiciones y dejar a un lado sus estructuras rígidas y anticuadas, buscando la atracción y fidelización de sus colaboradores.

2. Metodología

La metodología empleada para encontrar los presupuestos necesarios para que el mercado laboral colombiano pueda enfrentar el desafío de atraer y fidelizar a sus colaboradores knowmads, fue básicamente la indagación documental en diferentes libros y revistas de divulgación científica, partiendo de los autores pioneros en la temática que abordan de manera teórica el perfil del trabajador del futuro y su incidencia en la dinámica laboral. Así mismo, este componente teórico se conjuga con la experiencia de algunas empresas de vanguardia que inician su adaptación a los vertiginosos cambios en sus estructuras laborales.

3. Resultados y discusión

El knowmad es un trabajador del conocimiento, con alto nivel de creatividad e imaginación, con el potencial de trabajar en cualquier momento o lugar, pudiéndose adaptar a las cambiantes circunstancias del entorno [6].

Su actitud creadora de redes colaborativas y su alfabetización digital, no se limita a una edad determinada o a un espacio geográfico definido, pudiendo generar conocimientos en variables contextos para solucionar cualquier problema que se presente [7]. El knowmad reconfigura su ambiente de trabajo de manera permanente, al punto de asumir nuevos retos cuando sabe que generó valor a la organización y no existen nuevas oportunidades de cambio, debiendo emigrar a otros proyectos o actividades más desafiantes [8].

Su resiliencia, su corrección rápida de errores y su capacidad de trabajar en varios proyectos de manera simultánea y en cualquier lugar del planeta, hacen del knowmad un nuevo superhombre o supermujer del capitalismo cognitivo [9].

Siendo, así las cosas, es imperativo que la relación laboral clásica que la clase trabajadora ha venido manteniendo con la empresa y la cultura de esta, se vean afectadas, debiendo ceder esta última, a las jornadas de trabajo flexibles, a la producción desde el propio domicilio e incluso, a la reconversión de las funciones [10].

Esta nueva dinámica laboral, indefectiblemente, repercute en la concepción tradicional que se ha tenido de las empresas en Colombia, pues el nuevo talento tiende a generar rechazo por aquellas que compiten en el nuevo escenario, pero con principios y modelos arcaicos.

De no hacerlo, las empresas colombianas corren el riesgo de que los knowmads busquen otras alternativas de emprendimiento, ajustadas a los avances de esta sociedad 3.0, las cuales tienen el potencial de acaparar un amplio porcentaje del mercado, que puede dejar a la empresa tradicional fuera de circulación.

Las empresas colombianas manejan un marcado

tinte de rezago, evidenciado por sus estructuras rígidas, su poco aprovechamiento de las oportunidades en el mercado, su escasa innovación y apertura a mercados internacionales, además de sus procesos productivos obsoletos y su cultura empresarial clásica. Ello se contrasta con la poca inversión en tecnología, llegando incluso la economía digital en el país, a ostentar menos de un 2% del PIB [11].

Lo anterior, especialmente lo relacionado con el atraso tecnológico de las empresas, provoca que el 30% de sus empleados se sientan frustrados [12], al tiempo que se pierde la productividad y competitividad necesarias para la economía del país. En este sentido es urgente el clamor por modificar procesos, personas y tecnología en el sector empresarial colombiano, para lograr alinearse con la cultura knowmad.

En una primera instancia, la empresa debe tener una rápida capacidad de respuesta y tal vez, la excesiva estandarización y planificación, devenga

KNOWMADS: UN DESAFÍO PARA EL MERCADO LABORAL COLOMBIANO

innecesaria cuando lo que realmente se busca es sobrevivir a la incertidumbre propia de los nuevos mercados. Es así como la organización tradicional está llamada a realizar profundos cambios si su pretensión es sobrevivir. Una de esas modificaciones está alineada directamente con la estructura funcional, pues si la empresa presenta una excesiva jerarquización va a resultar imposible atraer y fidelizar a esta nueva clase trabajadora.

Es menester ceder ante las estructuras lineales, regidas por estrictas normas, buscando mayor eficiencia a partir de la adopción de la auto organización, la cual estimula el empoderamiento de cada uno de los colaboradores en pro de cumplir con los objetivos institucionales, a partir de los principios compartidos que orientan la toma de decisiones adecuada a los propósitos.

Siendo coherente con lo anterior, las políticas de gestión del talento humano, están llamadas a replantearse, debiendo asumir prácticas de employer branding, entendidas estas como las

estrategias idóneas para atraer, seleccionar y fidelizar a los mejores empleados, garantizando una reputación altamente confiable de la organización y la generación permanente de valor [13].

Es este punto, en los procesos de selección de su personal, las empresas deben priorizar las competencias blandas de los candidatos sobre las habilidades duras o técnicas, pues estas últimas cambian de manera permanente y su adecuada asimilación y adopción, dependen en gran medida, del desarrollo de las competencias blandas.

Es así como las empresas deben buscar en sus colaboradores, las habilidades propias de la nueva sociedad del conocimiento, tales como el pensamiento crítico, la capacidad de búsqueda, síntesis y difusión de la información, así como la creatividad, la colaboración, la comunicación y el aprendizaje contextual [14].

En esta sociedad 3.0, los actuales puestos de trabajo podrían ser fácilmente reemplazados con los avances de la robótica y por ello se hace

indispensable demandar trabajadores con habilidades ajenas a las máquinas, como la capacidad de crear, la innovación y la resolución de problemas [15], necesarias para sobrevivir a este contexto dominado por la disrupción tecnológica.

En el mismo camino, los procesos de selección deberán ser más desafiantes con la resolución de problemas o el aprovechamiento de oportunidades, dejando atrás las robustas pruebas técnicas que solían tener el potencial de evaluar la capacidad memorística de los candidatos.

Respecto a la contratación de los nuevos colaboradores, hay que considerar que el espíritu knowmad es libre, por lo que el uso de rígidas estructuras contractuales es incompatible, debiendo ceder a la movilidad de trabajadores, la posibilidad de prestación de servicios en simultánea e incluso, el empoderamiento para la gestión de negocios propios, pudiendo generar valor en múltiples contextos.

Es así como la empresa debe optar por el fomento

KNOWMADS: UN DESAFÍO PARA EL MERCADO LABORAL COLOMBIANO

de la autogestión, a partir de políticas de trabajo flexibles y de estructuras de trabajo sinérgicas. Es una tarea ardua, toda vez que la reconciliación entre lo innovador y lo tradicional, ha sido lejana, bajo el supuesto de la incompatibilidad entre la practica creativa y la regulación de la norma [16], pero es fundamental para poder sobrevivir a este contexto nómada.

Teniendo al colaborador knowmad contratado, es imprescindible continuar con un programa de fidelización permanente, el cual propenda por su bienestar, debiendo adecuarse a los requerimientos del entorno. En esta línea, el sector empresarial se torna en un escenario muy competitivo y el conocimiento especializado tiene el potencial de quedar obsoleto en poco tiempo [17], por lo que los knowmads buscan salir de su zona de confort, a partir de la actualización de sus conocimientos, lo cual consideran fundamental para salir adelante en esta situación. Es por lo que la empresa debe estar dispuesta a estimular a los colaboradores a la

adquisición de nuevos aprendizajes, brindando el espacio suficiente dentro de las jornadas de trabajo, e incluso financiando los estudios complementarios de su personal. Lo anterior debe estar alineado con un programa formativo que sea pertinente a los objetivos de la compañía y a los requerimientos del entorno.

Todo aquel que se inserte en el mercado laboral, está inevitablemente llamado a desarrollar las habilidades propias de un mundo hiperconectado e hiperdigitalizado [18]. En esta medida, la creación de laboratorios informáticos, como estrategia para capacitar al talento humano en temas específicos de las nuevas tecnologías, resulta plausible para el desarrollo de las competencias y habilidades necesarias, en la medida en que en un corto plazo se podrían obtener conocimientos análogos a los de un técnico de la informática [19].

El knowmad además, valora su libertad y la materializa a partir de los espacios físicos en los que interactúa; por ello es importante que las

empresas colombianas adecúen sus oficinas a estas nuevas actitudes libertarias, debiendo apostar por un rediseño de sus espacios y a una habilitación de zonas de trabajo diferentes a las oficinas o fábricas tradicionales, las cuales son consideradas perjudiciales para el trabajador knowmad, pues las considera restrictivas e incoherentes con su estilo de trabajo. Es importante destacar que el knowmad siente una especial sensibilidad por los otro aspecto que considerar es que el nuevo trabajador, hace un uso tan eficiente de la tecnología, que puede sin restricción alguna, trabajar en diversos espacios de trabajo, los cuales incluso están por fuera de los límites geográficos de la sede principal de la empresa. Es aquí cuando las empresas pueden optar por la modalidad abierta de lugar de trabajo, donde es el trabajador el que elige en qué espacio trabajar en determinado día, siendo productivo incluso cuando opta por un lugar muy alejado de la sede clásica de su empresa.

KNOWMADS: UN DESAFÍO PARA EL MERCADO LABORAL COLOMBIANO

Es en este escenario donde las empresas pueden hacer uso de plataformas tecnológicas de geolocalización de espacios de trabajo, donde a partir de diferentes alianzas, pueden lograr presencia de esta, incluso a nivel mundial, al tiempo que proporcionan espacio amenos y diferentes a sus colaboradores.

Otra estrategia digna de ser considerada, es el uso de los coworking. El coworking o espacio de trabajo compartido, surge como alternativa para tener un espacio independiente para trabajar, pero con la posibilidad de generar sinergias con los demás compañeros de espacio. Este espacio compartido, se adapta al estilo de vida del nómada laboral, pues una de las características de los coworking es la flexibilidad, entendida esta como la posibilidad de permanecer allí solo por un corto plazo, sin estar atado a contratos rígidos de arrendamiento; además, es posible la reubicación o ampliación en caso de ser necesario, lo cual sin duda, influye en la actitud de la persona, quien se

adapta rápidamente a nuevos entornos [20]. A lo anterior, se le suma que las empresas tienen que propender por el uso de la tecnología en todos sus procesos, pues es dable afirmar que los trabajadores, independientemente de su edad, prefieren prestar sus servicios a aquellas empresas que de manera contundente demuestran compromiso con el progreso digital [21]. Incluso, estudios corroboran que los empleados tienen 500% más probabilidades de sentir frustración cuando la organización a la que presta sus servicios está rezagada en tecnología y a ello se suma un 650% más de probabilidades de abandono de esta debido a su tecnología obsoleta [22].

Es así como se hace indispensable contar con herramientas tecnológicas que propicien el trabajo remoto y faciliten la colaboración, la cual tiene el potencial de influir en la generación de redes de conocimiento, las que devienen en presupuesto necesario para alcanzar el éxito en esta nueva sociedad, pudiendo afirmar que nómada no es

sinónimo de ermitaño, al contrario, esta nueva clase de trabajadores valoran a las personas y a su capacidad de compartir el conocimiento [23]. Esta actitud colaborativa, no conoce fronteras, por lo que se hace indispensable superar limitantes como el monolingüismo y la monoculturalidad, que aunque es un trabajo que debe iniciar desde el contexto educativo, debe seguirse fomentando en la empresa, para poder seguir operando en un mundo globalizado [24]. Esta práctica colaborativa propia de esta sociedad 3.0 también desafía a las empresas a gestionar de manera eficiente sus redes sociales, ya que estas potencian su dimensión social, permitiendo la generación de redes. Es aquí donde se hace imprescindible la adopción de prácticas de employee advocacy, entendida como una estrategia de redes sociales transversal, que involucra de manera activa a los empleados, quienes pueden crear el contenido o compartir el de terceros que consideren relevante, intensificando su lealtad con la empresa y la identificación con la compañía [25].

KNOWMADS: UN DESAFÍO PARA EL MERCADO LABORAL COLOMBIANO



Imagen 1.
Zona de coworking
Centro Comercial
Viva Envigado.
Fuente propia



Imagen 2.
Zona de coworking
Éxito Envigado
Fuente propia.

KNOWMADS: UN DESAFÍO PARA EL MERCADO LABORAL COLOMBIANO

Finalmente, es dable recordar que el colaborador knowmad es eminentemente emprendedor, por lo que la empresa debe prestar especial atención al fomento de actitudes de emprendimiento interno o intraemprendimiento, buscando el beneficio mutuo, pues los empresarios obtienen mayor competitividad, mientras que el colaborador se empodera, evitando la frustración [26].

3.1 Dinámica en el mercado laboral colombiano

Debido al ingreso de personas extranjeras a Colombia y a la proliferación de empleados independientes, se ha incrementado la presencia de trabajadores knowmads y el entorno se ha adaptado a ello, estableciendo en algunos sitios públicos espacios idóneos para el trabajo autónomo de esta clase de trabajadores. Estos espacios son de libre acceso y están dotados de conexión a Internet y de mobiliario adecuado. También se está incrementando en el país, la apertura de nuevas oficinas de coworking o espacios

compartidos, los cuales pueden ser usados a cambio de una tarifa que varía según el plan seleccionado por el knowmad, condicionados a la frecuencia de uso y al recibo de servicios adicionales, como sala de juntas, espacio privado de trabajo o servicio de cafetería. Estos espacios facilitan a su vez, la generación de alianzas estratégico, haciendo más productivo el trabajo y logrando mayores oportunidades.

Estos negocios de coworking plantean ofertas de valor diferenciales, como es el caso de la empresa HubBog Campus For Startups, quienes brindan cursos en competencias digitales para los usuarios que tomen un mes de servicio de coworking. Adicionalmente, con el propósito de acelerar las iniciativas empresariales que se alojan en sus espacios, ofrecen capacitaciones en ventas e inversiones. Otras empresas que compiten en el sector les apuestan a las reuniones de empresarios, ruedas de inversiones y demás actividades que fomenten la colaboración y la generación de innovación.

A la anterior adaptación del entorno a la nueva dinámica laboral, se le suma el incremento de contratación de los colaboradores mediante la modalidad de prestación de servicios, los cuales, bajo el parámetro legal, admiten que el contratista preste sus servicios en diferentes proyectos y justo el tiempo necesario para el cumplimiento del objeto contractual, provocando un terreno más fértil para el incremento de knowmads en el país.

4. Conclusiones

Esta investigación evidencia el cambio de la actitud del nuevo trabajador, el cual ha sido llamado knowmad, haciendo referencia a un colaborador ajeno al modelo tradicional de trabajo, que prioriza el aporte de valor a diferentes proyectos, sobre la estabilidad y la experiencia única que le puede brindar una empresa de corte clásico. Este trabajador se destaca por su espíritu de libertad y por su marcada habilidad de adaptación al cambio, que le permite el desarrollo

KNOWMADS: UN DESAFÍO PARA EL MERCADO LABORAL COLOMBIANO

de autoaprendizaje y la generación de soluciones innovadoras con apoyo de la tecnología. Las empresas colombianas deben ser coherentes con esta nueva clase trabajadora, por lo que es menester estar a la vanguardia de estos profundos cambios, debiendo ceder a estructuras menos rígidas, a inversión en tecnología, a generación de procesos de colaboración, al abandono de espacios físicos definidos y al apoyo del colaborador en la gestión de sus ideas y emprendimientos. Es necesario que estas modificaciones se hagan de manera paulatina y basadas en una estrategia adecuada que permita el cambio de la cultura interna y la aproximación a una empresa de corte knowmad, preparada para asumir los nuevos desafíos del mercado y generar productividad a partir de la atracción y fidelización de los mejores colaboradores.

5. Referencias

- [1] Moravec, J. (2013). Knowmad society. Education futures LLC.
- [2] Gómez, J. (23 de abril de 2019). "Knowmads" el nuevo perfil de trabajadores en la sociedad del conocimiento y aprendizaje continuo. Cerem international business school.
- [3] Rojas, R. (2016). La revolución digital y el trabajador 3.0. Udimá. Obtenido de <https://acef.cef.es/revolucion-digital-trabajador.html>
- [4] Spinder, P. (2012). How knowmads are changing the face of education. Design management Review.
- [5] Cañizares, E. D. (2013). M-Learning y aprendizaje informal en la educación superior mediante dispositivos móviles. Historia y Comunicación Social, 231-242.
- [6] Moravec, J. W. (2013). Knowmad society: the new work and education. On the horizon, 79-83.
- [7] Cobo, C., & Moravec, J. (2011). Aprendizaje invisible. Hacia una nueva ecología de la educación. Barcelona: Edicions Universitat Barcelona.
- [8] Rocca, R. (2018). Knowmads: los trabajadores del futuro. Madrid: LID
- [9] Román, C. T. (2016). Subjetivación del discurso publicitario a partir del tecno-imaginario social contemporáneo: reflexiones preliminares para pensar una ética de la comunicación digital interactiva. I Congreso Iberoamericano de Investigadores en Publicidad (págs. 347-356). Guayaquil: CIESCPAL
- [10] Moreno, J. M. (2018). La negociación colectiva como medio fundamental de reconocimiento y defensa de las nuevas realidades derivadas de la industria 4.0. Revista Internacional y Comparada de relaciones laborales y de derecho del empleo, 219-235.
- [11] Portafolio. (04 de 01 de 2019). Transformación digital, reto de empresas líderes globales
- [12] Unisys. (06 de 2018). The New Digital Workplace Divide: Colombia.
- [13] Hadi, N., & Ahmed, S. (14 de 08 de 2018). Role of Employer Branding Dimensions on Employee Retention: Evidence from Educational Sector. Administrative Sciences Vol 8 Núm. 3, 44
- [14] Hoz, M. Á., & Mayol, J. (2016). Esalud: aplicaciones y tendencias. Fundación Gaspar Casal.

KNOWMADS: UN DESAFÍO PARA EL MERCADO LABORAL COLOMBIANO

- [15] Álvarez, P. (2015). Cuidado, llegan los “knowmads”. Madrid: Cinco Días
- [16] López, J. S. (2011). Competencias digitales y humanidades. Desde la convergencia discursiva hacia los entornos de las prácticas mediáticas. I Congreso Internacional en Educación Mediática y Competencia Digital, 1-10
- [17] Moravec, J. (2013). Knowmad society. Education futures LLC.
- [18] Rocca, R. (2018). Knowmads: los trabajadores del futuro. Madrid: LID
- [19] Romero, G. R., Pinto, N., & Boero, M. B. (2015). Informatorio Chaco: una experiencia de educación no formal para la Knowmad Society de TICs. X Congreso de Tecnología en Educación & Educación en Tecnología, 159-165
- [20] Putra, G. B., & Agirachman, F. A. (2016). Urban Coworking Space: Creative Tourism in Digital Nomads Perspective. Creative Tourism, Community and Design Praxis, 169-178