

PUNTO DE VISTA

El conocimiento dejó de ser una ventaja



—por Roberto Camhi—

Durante décadas nos dijeron que el conocimiento es poder y que estudiar más, saber más, acumular información y expertise era la principal ventaja competitiva de personas, empresas y países. Para eso nos prepararon desde chicos. Lamento decirte que, aunque todo eso era cierto, hoy ese mundo se acabó. La diferencia ya no está en cuánto sabes, sino en cómo piensas, decides y lideras frente a la misma información a la que todos pueden acceder.

Hoy, con inteligencia artificial (IA) generativa, buscadores avanzados y acceso casi infinito a información de calidad, el conocimiento, al menos en su forma tradicional, se está convirtiendo rápidamente en un commodity, en algo accesible para todos y prácticamente gratis. Ahora somos capaces de automatizar una parte relevante del trabajo basado en conocimiento gracias a la tecnología y lo que antes exigía años de estudio o experiencia, hoy se obtiene en segundos con modelos capaces de resumir papers, comparar marcos teóricos y tomar decisiones por las distintas alternativas de acción.

El Foro Económico Mundial, en su reciente informe Future of Jobs, muestra que las habilidades más demandadas hacia 2027 serán el pensamiento analítico, el pensamiento creativo, el liderazgo e influencia social y la curiosidad y el aprendizaje permanente. Es decir, seguirá siendo terreno humano inspirar confianza, sostener equipos en la incertidumbre o decidir qué no hacer cuando todo es posible y hay que evaluar otros aspectos, como el ético. Entonces, si todos podemos acceder al mismo conocimiento, ¿dónde está realmente la verdadera ventaja competitiva? Esto se puede resumir en tres pilares principales.

Primero, la capacidad de formular buenas preguntas. En un mundo donde

las respuestas abundan, quien marca la diferencia es quien sabe qué preguntar, cuándo y para qué. La claridad de pensamiento, el criterio y el marco mental desde el cual se pregunta valen más que la respuesta misma.

Segundo, la capacidad de integrar. La IA entrega piezas y el valor está en conectar puntos, entender contextos, leer lo que no está escrito y tomar decisiones en escenarios ambiguos. La síntesis estratégica, no la especialización estrecha, será el nuevo diferencial.

Tercero, lo profundamente humano, como lo son el juicio, la ética, la intuición, el liderazgo y el sentido. Las máquinas pueden optimizar, pero no se harán cargo de las consecuencias ni serán capaces de liderar en la incertidumbre, inspirar confianza ni decidir qué no hacer. Ahí seguirá estando el valor.

Para las empresas, esto implica dejar de competir solo por eficiencia y empezar a competir por propósito, cultura y velocidad de aprendizaje. Las organizaciones que ganen no serán las que más saben, sino las que mejor aprenden, desaprenden y actúan.

Para las personas, y especialmente para los líderes, el desafío es más personal. Es un desafío que nos obligará a desprendernos del exceso de ego basado en lo que sé y más identidad basada en cómo pienso, cómo decido y cómo impacto a otros. Es por eso que el consejo para el futuro no es técnico, sino mental. Cultivar curiosidad radical, pensamiento crítico, humildad intelectual y coraje para reinventarse. La IA no viene a reemplazar a los humanos, viene a desnudar nuestras carencias y a potenciar nuestras fortalezas.

Por eso es bueno no olvidar que el conocimiento ya no nos hará únicos. Lo que hagamos con él, y quiénes seamos al usarlo, sí.

Fundador de Mapcity y Apanio, advisor y director de startups.