

La Gestión del Conocimiento en las Pequeñas y Medianas Empresas (Pymes): Una Estrategia de Competitividad

DRA. JOSEFINA OCHOA RUIZ¹
CDRA. MA. LETICIA VERDUGO TAPIAL*
DRA. ELVA LETICIA PARADA RUIZ*

Resumen

En este trabajo se estudia la influencia del uso de la gestión del conocimiento en la competitividad de las pequeñas y medianas empresas. Primeramente se partió de una revisión de literatura; y tomando en cuenta las características propias del escenario estudiado que en este caso son las PYMES de la ciudad de Hermosillo, Sonora, México, se elabora un instrumento de prueba que se aplicó aleatoriamente en el universo estudiado. Los datos fueron procesados y se obtuvo que los empresarios de las pequeñas y medianas empresas de Hermosillo reconocen la importancia del conocimiento en sus empresas y que la implementación de la gestión del mismo influye en gran medida en la forma de administrar la empresa, de dirigir sus negocios a una visión mayor y de conducir a sus empresas en la búsqueda de una capacidad distintiva o ventaja competitiva.

Palabras clave: PYMES, Gestión del conocimiento, competitividad

Abstract

In this paper, we study the influence of the use of knowledge management in the competitiveness of small and medium enterprises. First, it parted of a literature review, and taking into account the characteristics of the scenario studied in this case are SMEs in the city of Hermosillo, Sonora, Mexico, have developed a tool test was applied randomly in the universe studied. The data was analyzed, and it was found that the entrepreneurs of small and medium enterprises in Hermosillo recognize the importance of knowledge in their companies and the implementation of its management greatly influences on the way to manage the company, to manage their greater business insight and lead their companies in search of a distinctive capability or competitive advantage.

Keywords: SMEs, Knowledge management, competitiveness.

¹ Maestría en Administración de la Universidad de Sonora.

Introducción

Ante la vertiginosa velocidad de transformación en el mundo actual tanto en el ámbito económico, social, financiero, comercial, etc., las empresas se ven obligadas a estar renovando constantemente sus estrategias, para incrementar su competitividad para adaptarse a un entorno global cambiante y aprovechar oportunidades para mejorar su desempeño y en algunos casos asegurar su supervivencia. La formulación de nuevas estrategias de negocios es posible y necesaria, ya que las reglas de la economía han cambiado en los últimos años; en ese sentido, a diferencia de la economía tradicional cuyos recursos más valiosos eran sus activos tangibles, en la nueva economía los recursos más valiosos son Intangibles. En este marco, la economía del conocimiento juega un papel muy relevante, y según Drucker (1959) la economía del conocimiento es aquella en la cual la generación y explotación del conocimiento juega un rol predominante en la creación de riqueza; en base a principios como este se sustenta el planteamiento de la relevancia de la administración del conocimiento y la competitividad de las empresas pequeñas y medianas (Pymes), variables estudiadas en esta investigación.

Las empresas MIPYMES representan a nivel mundial el segmento de la economía que aporta el mayor número de unidades económicas y personal ocupado; de ahí la relevancia que reviste este tipo de empresas y la necesidad de fortalecer su desempeño, al incidir estas de manera fundamental en el comportamiento global de las economías nacionales. A nivel estatal, la empresas Mipymes, representan 99.6% del total de unidades económicas, emplean 68.9% del personal ocupado y generan 42.0% del valor agregado en la entidad. De este grupo de Mipymes, las empresas Pequeñas y Medianas representan 7.1% de las unidades económicas, destacando su importancia en materia de generación de empleo (33.9%), Remuneraciones (35.5%) y Valor agregado (30.5%) del total obtenido en la economía estatal, en el año 2008. De allí la necesidad e importancia de analizar a este grupo de empresas, desde un enfoque novedoso, el de administración del conocimiento como base para generar competitividad. La formulación y despliegue de estrategias claves de administración del conocimiento para lograr, mantener o mejorar sus niveles de competitividad ante las firmas que compiten en su ramo.

Preguntas de Investigación

Ante esta problemática surgen los siguientes cuestionamientos, cuya respuesta apoye a las Pymes al diseño de estrategias que contribuyan a su desempeño económico y a una mayor competitividad empresarial. ¿Qué prácticas administrativas de gestión del conocimiento despliegan las Pymes de Hermosillo?, ¿Cuál es el grado de gestión del conocimiento alcanzado por estas pequeñas y medianas empresas?, ¿Qué nivel de competitividad han alcanzado las

Pymes de Hermosillo?, ¿Existe alguna relación entre el grado de gestión del conocimiento y la competitividad lograda por las Pymes?

Objetivo General

El objetivo de esta investigación es determinar la relación entre la gestión del conocimiento y la competitividad en las pequeñas y medianas empresas (PYMES) de Hermosillo, Sonora.

Objetivos Específicos

Conocer el nivel de gestión de conocimiento en las PYMES de Hermosillo, Sonora.

Conocer el nivel de competitividad en las PYMES de Hermosillo, Sonora.

Revisión de literatura

La gestión del conocimiento y la competitividad en las empresas, así como la relación entre ambas variables han sido estudiadas por numerosos investigadores, bajo diferentes enfoques según las necesidades e intereses de los mismos. Enseguida se presentan comentarios de algunos de estos trabajos que han servido de base a la presente investigación.

Para la Gestión del Conocimiento:

Como lo señalan Sánchez, Hernández y Haro (2008), “las nuevas condiciones de competitividad obligan a las empresas a entrar en un juego en el que los competidores posibles entrantes en el mercado están planeando como posicionarse, lo que obliga también a estar preparados para neutralizar las estrategias y/o desarrollar otras que le permitan por lo menos sobrevivir”, en este escenario, tal como lo indican los autores “la estrategia de fortalecimiento más sólida que puede tener una empresa, es la del desarrollo de sus capacidades para crear e innovar en todas las funciones de la organización” lo cual solo es posible si implementa y mantiene un sistema de gestión del conocimiento. La habilidad de adquirir y utilizar conocimiento efectivamente es un factor clave en las actividades de innovación y desarrollo de las empresas (Cohen y Levithal, 1990) en Jantunen (2005).

Entre los autores del tema se encuentran Nonaka y Takeuchi (1995), autores del libro “Las organizaciones que aprenden” quienes plantean que la gestión del conocimiento se centra en fomentar y facilitar las operaciones que transforman el conocimiento y que dan como resultado la innovación en productos y servicios. Estos autores reconocen la relevancia del conocimiento transformado en nuevos productos y servicios a través de la innovación. Después de Nonaka y Takeuchi, Penrose en Rutihinda (1996) incorpora nuevos elementos al concepto de gestión del conocimiento, reconociéndola como una fuente de ventaja competitiva, al afirmar que “La competencia distintiva de una firma está basada en los recursos especializados, activos y

habilidades que posee y centra su atención en su óptima utilización para construir una ventaja competitiva y riqueza económica”. Guthrie (2000) incorpora otro elemento esencial al análisis, indicando que la administración del conocimiento es la administración del capital intelectual controlado por la compañía; y en ese mismo año Martensson, M. (2000) señala que la administración del conocimiento es un nuevo camino para entender organización y a las organizaciones, es una herramienta para explotar el conocimiento. El aporte de Jenny Darroch (2003) al análisis, además de que desarrolla un instrumento de prueba para evaluar la Gestión del Conocimiento en el ámbito microeconómico empresarial, define a este conjunto de prácticas o disciplina administrativa como “el proceso que crea o ubica el conocimiento y administra la disseminación y uso del conocimiento dentro y entre las organizaciones”.

Para la Competitividad:

La otra variable central de este estudio es la competitividad, misma que ha sido analizada desde distintos enfoques dando como resultado una amplia variedad de conceptos y metodologías de medición. La competitividad ha sido planteada para los distintos niveles de la economía: a nivel internacional, de país, ciudades y por supuesto a nivel de industrias y empresas. La OCDE (1992) se refiere a la competitividad, de un país que bajo condiciones de mercados libres y justas puede producir bienes y servicios que superen estándares de los mercados internacionales; lo cual tiene que ver con la especialización de la economía, la innovación tecnológica, la calidad de las redes de distribución y los factores de localización, es decir, a todo lo que contribuye al estado de la producción de bienes y servicios. El instituto Mexicano para la Competitividad (IMCO) plantea que la competitividad es la capacidad para atraer y retener inversiones y talento. En sus estudios sobre competitividad en las ciudades, precisa que el objetivo final es lograr que éstas no solo sean un lugar donde las personas tengan mejores niveles de vida, sino que estas ciudades sean un punto de atracción para empresas y trabajadores calificados. El Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM) indica que “los pilares de la competitividad deben estar conformados por factores de los cuales depende que los miembros de una sociedad logren niveles de bienestar sustentables, lo cual es el resultado de alcanzar niveles de desarrollo basados en productividad”. En indicadores de competitividad para empresas en lo individual, la Organización para el Desarrollo y la Cooperación Económica (OCDE) establece lo siguiente: Los factores que contribuyen a la competitividad microeconómica han sido especial preocupación de la economía administrativa e industrial. Estas disciplinas utilizan una amplia variedad de indicadores (participación en el mercado, beneficios, dividendos, inversión, etc.) para evaluar la competitividad de las empresas.

Mc Fetridge, D. (1995) indica que el concepto de competitividad es mejor entendido en el nivel de la empresa, en los términos más simples, una empresa no rentable es no competitiva; en un

modelo de competencia perfecta, una empresa no competitiva es aquella con un costo promedio que excede al precio en el mercado del producto que ofrece; o bien, el valor de los recursos que la empresa está usando excede el valor de los bienes y servicios que está produciendo. Para Porter M (1979), en Administración Estratégica escrito por Thompson, A. y Strickland A.J. la Competitividad está en función de cinco fuerzas competitivas: 1) La propia competencia (rivalidad entre vendedores rivales), 2) Los nuevos integrantes potenciales (ingreso potencial de nuevos competidores), 3) Los proveedores (colaboración y negociación entre proveedores y la empresa), 4) Los compradores (colaboración y negociación entre la empresa y los compradores), y 5) Las empresas en otras industrias que ofrecen productos sustitutos (intentos mercadológicos de compañías que ofrecen productos sustitutos para atraer a los clientes de la empresa).

Para la relación entre la Gestión del Conocimiento y la Competitividad de las empresas:

Finalmente algunos gerentes están empezando a identificar como la información y la administración del conocimiento puede apoyarlos en sus empresas. Merali (2000) destaca el carácter estratégico del conocimiento tácito colectivo como el tipo de conocimiento de mayor valor para la empresa; por ser difícilmente articulable y comunicable, difícil de imitar por un competidor. Los autores señalan la influencia positiva entre las prácticas de la gestión del conocimiento y la competitividad de la empresa. Para algunos investigadores la administración del conocimiento está surgiendo como un concepto importante y frecuentemente citado como un antecedente de la innovación. (Nonaka y Takeuchi, 1995; Dove, 1999; Carneiro, 2000). Como lo indica (Martín 1997; Porter, 1980; Miller, 1987) en Sastre, M., y Aguilar, E. (2000), es a partir de este tipo de estrategias empresariales donde se sustentan las formulaciones teóricas más recientes que hacen hincapié en la inversión en intangibles (conocimiento, capital humano), para lograr ventajas competitivas frente a empresas rivales. Lim y Klobas (2000) argumentan que la administración del conocimiento beneficia a las pequeñas empresas. Como lo señalan Cabrera A., y Rincón M. (2001) la cuarta práctica denominada motivación para la gestión del conocimiento, requiere una cultura organizacional orientada en gran medida hacia la colaboración y el intercambio de conocimiento, ideas y experiencias entre las personas que integran las comunidades de conocimiento, grupo de expertos o equipos autodirigidos de la organización; además en su artículo “La gestión del conocimiento: creando competitividad en la nueva economía”, abonan al estudio sobre las dos variables centrales de esta investigación, plantean que mientras la economía industrial del siglo XX giraba en torno a los recursos físicos y energéticos, la nueva economía gira en torno a la información y las ideas; de tal manera que en la actualidad el conocimiento es el recurso más valioso de las empresas y su principal fuente de ventaja competitiva.

Por esta razón cada vez más empresas invierten en la gestión del conocimiento de sus empleados. De su investigación Cabrera A., y Rincón M. (2001) derivan que son los conocimientos acerca de las necesidades de los clientes los que más preocupan a las empresas; la práctica de gestión del conocimiento denominada Gestión de la creatividad es la base de la generación de nuevos conocimientos que pueden traducirse en ventajas competitivas, la cual puede aportar valor a la empresa ayudando a crear nuevos productos y servicios, identificando mercados y segmentos de mercado para los productos y servicios existentes, definiendo nuevas formas de elaborar, entregar o comercializar los productos o servicios, y detectando nuevas fuentes de recursos.

Escenario de la investigación

El universo está conformado por las empresas inscritas actualmente en el Sistema de Información Empresarial Mexicano (SIEM). Esta es la fuente del directorio base a partir del cual serán seleccionados los elementos que integran la muestra en investigación. De esta manera, la información atiende a los criterios de clasificación de empresas según el número de trabajadores y sector indicado por el decreto publicado en el diario oficial de la federación, el 30 de marzo de 1999; los cuales fueron aplicados al universo de 762 empresas (598 pequeñas y 164 medianas) que integran el directorio del Sistema de Información Empresarial Mexicano (SIEM), al día 5 de abril del año 2010, para el municipio de Hermosillo.

Planteamiento de hipótesis

En base a la revisión de literatura y tomando en cuenta las características propias de la población a estudiar se plantea la siguiente hipótesis:

Existe una relación positiva entre el grado de gestión del conocimiento de las Pymes de Hermosillo y su competitividad.

Metodología

Tomando como base la información obtenida de la revisión de literatura para las dos variables del presente estudio, y considerando las características específicas de la población seleccionada se elaboró un instrumento de prueba. Enseguida se definió una muestra representativa del universo, y se realizó un muestreo aleatorio estratificado. Una vez captada la información se procedió a la obtención de resultados utilizando el paquete estadístico para ciencias sociales

"PASW Statistics 18". Los datos obtenidos mediante la encuesta realizada fueron capturados y procesados, para pasar al análisis de los mismos y llegar a los resultados y conclusiones pertinentes.

Tipo de investigación

Esta investigación corresponde a un estudio transversal correlacional entre la gestión del conocimiento y la competitividad aplicado a las Pymes de Hermosillo, Sonora, México.

Instrumento de investigación

Para la elaboración del instrumento de captación de información se tomaron en cuenta las características especiales de la población estudiada, así como los trabajos de Sánchez, Hernández y Haro (2008), Jantunen, A., (2005), Darroch, J., (2003) En base a lo anterior se están considerando las siguientes variables:

Para evaluar el grado de gestión del conocimiento se analizará en 3 etapas:

- Primera etapa. Filosofía de la Organización
- Segunda etapa. Planeación Estratégica
- Tercera etapa. Gestión Operacional: Procesos clave de administración del conocimiento: 1) Identificación del conocimiento, 2) Adquisición de conocimiento, 3) Desarrollo de conocimiento, 4) Diseminación del conocimiento, 5) Utilización del conocimiento y 6) Retención del conocimiento.

Los reactivos incluidos en el instrumento de captación de información serán valuados considerando la escala de Likert, con cinco posibilidades de respuesta que va de "1 : Muy en desacuerdo a 5: Muy de acuerdo.

Asimismo, se analizará el grado de competitividad alcanzada, indagando sobre los procesos de planeación estratégica, la estructura y comunicación organizacional, el compromiso directivo, los resultados alcanzados en materia de competitividad, el recurso humano, la innovación tecnológica, el proceso productivo, la logística y cadena de valor, estrategia financiera y la estrategia de mercadotecnia, indagando sobre resultados de las empresas en materia de rentabilidad, utilidades, participación de mercado, entre otros, que serán valuados también con la escala de Likert.

Muestreo

Para el tamaño de la muestra se consideró un margen de error del 8.5% y un nivel de confianza del 95%, resultando un tamaño de muestra de 113 empresas, de las cuales se seleccionaron 89 pequeñas y 24 medianas empresas.

Recolección de datos

Los datos serán recolectados a través de un instrumento de prueba diseñado y evaluado mediante una prueba piloto para validación de los indicadores utilizados para analizar los factores y variables de estudio. Los cuestionarios fueron aplicados a un total de 113 empresas, lo cual garantiza el 95% de confiabilidad de los resultados obtenidos a través del muestreo.

Métodos de análisis de datos

Los indicadores serán analizados utilizando el paquete estadístico IBM SPSS Statistics 19.0, desarrollando un análisis descriptivo de los resultados obtenidos mediante la captación de información con la escala de Likert. Adicionalmente se aplicará técnicas de análisis estadístico apropiadas para medir el grado de correlación y de determinación entre las dos variables principales: Gestión del Conocimiento y Competitividad. Para ello, se calculará el coeficiente de correlación R de Pearson.

Resultados

Enseguida se presentan algunos de los resultados obtenidos en esta investigación.

Para la Gestión del Conocimiento:

La Filosofía Organizacional de las Pymes de Hermosillo:

En las Pymes de Hermosillo el conocimiento es considerado un elemento valioso para la administración de la organización; en base a lo anterior, el primer aspecto evaluado fue la filosofía organizacional, cuyo resultado indica que 94.7% de los empresarios, gerentes o administradores están de acuerdo o totalmente de acuerdo que el conocimiento es un factor que influye en gran medida en la forma de administrar la empresa.

Valores que promueven:

Las Pymes manifiestan que el valor más alto (93.8%) es la calidad del producto, mientras ganar dinero, como el objetivo menos prioritario (75.2%). También se observa que el conocimiento es valorado (91.2%) como un medio para agregar valor a los productos y servicios.

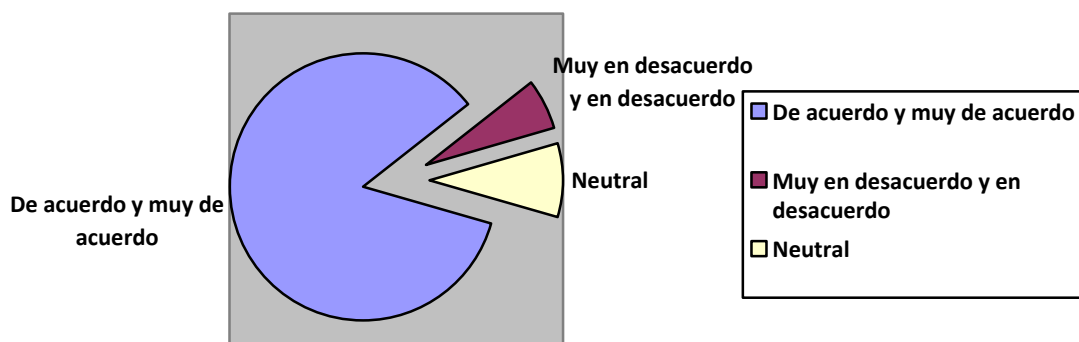
Liderazgo:

Se observa que en el 64.6% de las Pymes el liderazgo es ejercido por la figura principal de la empresa, el empresario, el gerente o el administrador sin transferir ni delegar esa responsabilidad al personal de menor nivel. Observándose también que se está buscando la participación activa del personal operativo, o bien considera su opinión a manera de consulta durante la toma de decisiones.

El Liderazgo ejercido contribuye a la adquisición y desarrollo del conocimiento:

Los resultados mostrados en la Gráfica 1 dan evidencia de que el liderazgos contribuye a la adquisición del conocimiento, con un nivel de acuerdo y totalmente de acuerdo de 85.0 %.

Gráfica 1: el Liderazgo contribuye a la Adquisición y Desarrollo del Conocimiento.

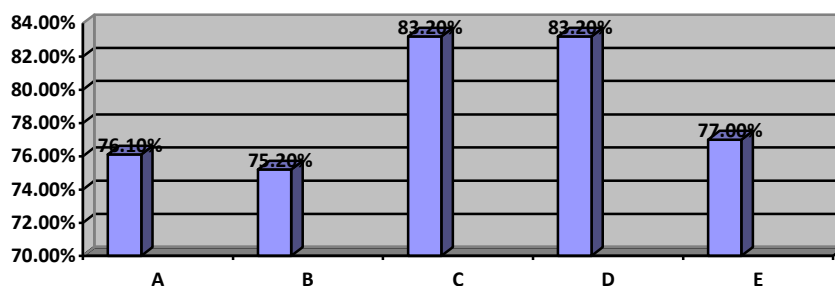


Fuente: Elaboración propia.

Planeación Estratégica y Operativa en las Pymes de Hermosillo

Como se observa en la Gráfica 2, la Planeación de largo plazo se ha concretado en Planes Estratégicos en solo el 76.1% de las Pymes; el 75.2% incluyen objetivos, estrategias y planes de acción para el desarrollo del conocimiento; y en el 77% existen funciones y una estructura de personal para el cumplimiento de objetivos de la gestión del conocimiento.

Gráfica 2: Planeación Estratégica y Operativa en las Pymes de Hermosillo.



A: La empresa tiene un plan estratégico para su desarrollo y sus operaciones futuras.

B: Se incluyen objetivos, estrategias y planes de acción para el desarrollo del conocimiento.

C: Los empleados conocen la visión, misión fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades.

D: Se cuenta con procedimientos, para el desarrollo del trabajo.

E: Existen funciones y una estructura de personal para el cumplimiento d objetivos de gestión del conocimiento.

Fuente: Elaboración propia.

Procesos de GC:

En materia de Administración o Gestión del conocimiento, se analizaron seis distintas fases o etapas que lo componen: 1) Identificación de conocimiento, 2) Adquisición, 3) Desarrollo, 4) Diseminación, 5) Utilización y 6) Retención de conocimiento.

Identificación de conocimiento

En materia de Identificación, 93.8% de las empresas conoce las necesidades y preferencias actuales de sus clientes; sin embargo, sólo 82.3% detecta rápidamente los cambios en el entorno, más específicamente los cambios en las necesidades, gustos y preferencias de sus consumidores.

Adquisición y Desarrollo de conocimiento

Se observa que solo el 39.8% realiza inversión en investigación y desarrollo, y el 66.4% que señalan a Internet como una fuente de adquisición de ideas.

Diseminación de conocimiento

Se nota un mayor esfuerzo de las Pymes (88.5%) de capacitar a su personal a su ingreso a la empresa. Frecuentemente se aprovecha el trabajo grupal para compartir información (76.1%) y regularmente se realizan reuniones con empleados para compartir información y conocimientos (68.1%).

Utilización de conocimiento

El 82.3% de las Pymes considera que el desarrollo de sus productos está en línea con las preferencias y necesidades de los consumidores. El 83.2% mantienen una base de datos con información actualizada de los clientes a la cual es fácil acceder, la cual puede ser utilizada para propósito de Gestión del conocimiento y aplicación para atender de mejor manera las necesidades, gustos y preferencias de los clientes.

Retención de conocimiento

En este aspecto se observa una gran debilidad, ya que solamente 31.9% de ellas patentan innovaciones de los productos existentes y apenas 33.6% patentan nuevos productos ideados por la empresa, situación que puede deberse a dos motivos, el primero, que las empresas no estén realizando innovaciones a sus productos o no estén generando nuevos; y el segundo es que están generando innovación pero ésta no se están registrando como patentes para sus empresas.

La Competitividad Empresarial en las Pymes de Hermosillo, Sonora.

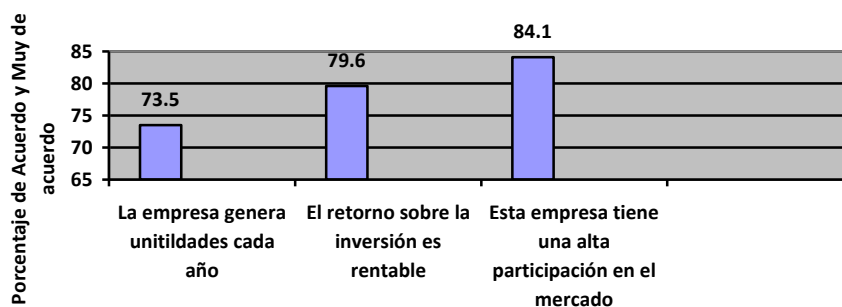
Los resultados en materia de Competitividad también son muy relevantes, se observa que en cuanto a la estructura de las organizaciones una proporción de 72.6% de gerentes declara tener una estructura organizacional plana. En cuanto a la Comunicación y valores el 87.6% de las Pymes declaran estar de acuerdo y muy de acuerdo de que la comunicación interpersonal es eficiente y facilita el logro de los objetivos de la Empresa. El 69.9% de las Pymes desarrolla acciones encaminadas al cuidado del medio ambiente; mientras 59.3% de las firmas fomenta valores institucionales. En cuanto al tipo de innovaciones, son más frecuentes aquellas que se realizan en procesos, productos y servicios (73.5%). Solo existen programas de innovación medibles en el 55.8% de las empresas. En concordancia con lo anterior, la proporción de Pymes que realizan innovación tecnológica para el desarrollo de productos y procesos apenas alcanza 48.7%. Se observa que solo el 41.6% de las Pymes están aprovechando los fondos públicos para el desarrollo empresarial. En cuanto a la estrategia de costos bajos, los resultados muestran que la Pyme local ha llegado casi al límite en su reducción de costos, y como se muestra en la siguiente figura, se están enfocando más a la diferenciación de productos. Ya que el 60.2% declara que sus costos son inferiores a los de sus competidores, mientras que el 77.0% afirma que tiene productos diferenciados con lo cual logra ventajas competitivas. Con respecto a capacitación al personal se observa que aunque el 70.8% cuenta con programas de capacitación, solo el 59.3% proporcionan incentivos a sus trabajadores.

Características del Proceso Productivo de las Pymes de Hermosillo: En el proceso productivo se observa que solo el 54.9% de las Pymes cuentan con procesos productivos en línea o de cadena continua, aunque el 69.0% de ellas considera que su proceso supera al de la competencia. La competitividad de las Pymes está soportada por una estructura logística en materia de contratos, transportes y seguros calificada como eficiente en 75.2% de estas empresas.

Utilidades, Retorno sobre la inversión y Participación en el mercado de Pymes Hermosillo

Como se observa en la Gráfica 3, un 73.5% de las Pymes generan utilidades cada año, en un 79.6% el retorno sobre la inversión es rentable y el 84.1% registran una alta participación en el mercado.

Gráfica 3: Utilidades, Retorno sobre la inversión y participación en el mercado de Pyme de Hermosillo



Fuente: Elaboración propia.

Otros indicadores de Competitividad de las Pymes de Hermosillo

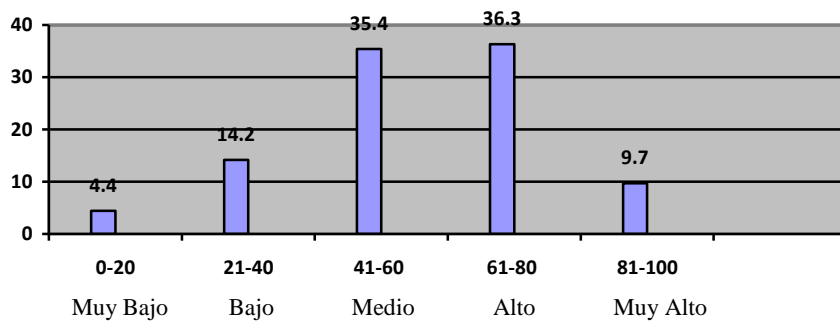
También se observó que existe una notable proporción de firmas, 93.8%, en la cual los clientes se encuentran altamente satisfechos con los productos elaborados y/o los servicios prestados; registrando además en 86.7% un bajo porcentaje de quejas y 84.1% un importante avance de éstas empresas sobre su competencia.

Índice de Gestión del Conocimiento e Índice de Competitividad Empresarial de las Pymes de Hermosillo

Considerando los resultados obtenidos para los diferentes componentes analizados de gestión del conocimiento y de competitividad empresarial se obtuvo un índice con escala de 0 a 100 para evaluar el nivel de gestión de conocimiento y competitividad empresarial de las PYMES de Hermosillo, Sonora. Estas empresas alcanzaron un nivel de 57 puntos para gestión del conocimiento y 59 puntos para competitividad empresarial.

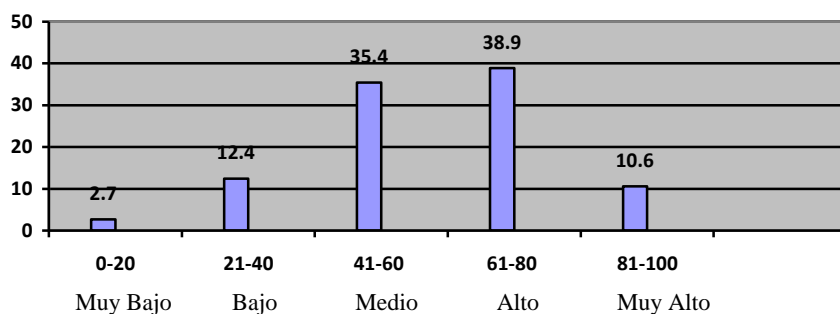
El nivel de Gestión de Conocimiento al interior de las Pymes Hermosillenses es heterogéneo, sin embargo la proporción de negocios pequeños y medianos poseen un grado de Gestión del Conocimiento medio o superior prevalece en el entorno empresarial local. En ese sentido 81.4% de las firmas Pyme de la localidad registran un nivel de gestión de conocimiento medio (35.4%), alto (36.3) y muy alto (9.7%); y 84.9% logran esos niveles de competitividad: medio (35.4%), alto (38.9) y muy alto (10.6%) , como se muestra en las Graficas 4 y 5.

Gráfica 4: Distribución porcentual de Pymes de Hermosillo según Índice de Gestión de Conocimiento.



Fuente: Elaboración propia.

Gráfica 5: Distribución porcentual de Pymes de Hermosillo según Índice de Competitividad Empresarial.



Fuente: Elaboración propia.

Resultados por tamaño de empresa, Índice de Gestión del Conocimiento e Índice de Competitividad Empresarial de las Pymes de Hermosillo.

Por tamaño de empresa, como se aprecia en la Tabla 1, las medianas registran promedio más altos tanto en Gestión del Conocimiento (IGK) como en Competitividad Empresarial (ICE), en ese sentido mientras las empresas medianas registran un Índice de Gestión del Conocimiento de 61, las pequeñas con 5 puntos menos, se ubican en un IGK de 56; de esta misma forma los resultados evidencian una superioridad de los negocios de tamaño mediano en Hermosillo en

materia de Competitividad, los cuales asumen un ICE de 64, es decir, 7 puntos superior al Índice de Competitividad Empresarial alcanzado por las pequeñas firmas locales que fue 57.

Tabla 1: Índices de Gestión del Conocimiento y de Competitividad Empresarial por tamaño de empresa

Tamaño de Empresa	IGK (Promedio)	ICE (Promedio)
Total	57	59
Pequeña	56	57
Mediana	61	64

Fuente: Elaboración propia.

Enseguida se presenta la tabla de correlación (Tabla 2) para la gestión del conocimiento y la competitividad empresarial.

Tabla 2: Correlación de entre el Índice de Gestión del Conocimiento y de Competitividad. y de Competitividad Empresarial

Tamaño de Empresa	ICE	IGK
ICE Correlación de Pearson	1	.742**
Sig. (bilateral)		.000
N	113	113
IGK Correlación de Pearson	.742**	1
Sig. (bilateral)	.000	
N	113	113

** La correlación es significativa al nivel 0.001 (bilateral)

Fuente: Elaboración propia.

Prueba de hipótesis

Como se presenta en la Tabla 2, el Coeficiente de correlación de Pearson entre la Gestión del Conocimiento y la Competitividad empresarial de .742 con un valor de significancia menor de .001 entre las dos variables de esta investigación prueba que existe una relación positiva, de tal manera que a medida que se incrementa el grado de gestión de conocimiento en una empresa Pyme local, se incrementa su competitividad en el ámbito empresarial, por tanto se acepta la hipótesis planteada.

Conclusiones

En el mundo de negocios actual el conocimiento se ha venido consolidando como el aspecto más relevante para la innovación, el desarrollo y la competitividad de las organizaciones modernas. La creciente importancia del conocimiento como un nuevo factor de producción trae consigo la necesidad de promover su desarrollo al interior de las organizaciones bajo un esquema metodológico claro y consistente, función que puede realizar efectivamente la Gestión del Conocimiento. La Gestión o Administración del conocimiento son los procesos que desarrollan las firmas para identificar, adquirir, desarrollar, diseminar, utilizar y retener el conocimiento que permita innovar y agregar valor a los productos y servicios que las organizaciones generan; creciendo en forma de espiral en la búsqueda de una ventaja competitiva. La administración del conocimiento se constituye hoy en día en una estrategia para la competitividad organizacional, los procesos que implica apoyan, soportan e impulsan a la estrategia general de la organización.

Los empresarios de las pequeñas y medianas empresas de Hermosillo reconocen la importancia del conocimiento en sus empresas y de la implementación de la gestión del mismo como una estrategia para la conducción de sus negocios en la búsqueda de una ventaja competitiva; al considerar en más de 90% que el conocimiento influye en gran medida en la forma de administrar la empresa, que su gestión es una estrategia maestra para dirigir sus negocios a una visión mayor y en la aplicación de esta estrategia en la búsqueda de una capacidad distintiva o ventaja competitiva. El valor más altamente calificado por las Pymes es la calidad del producto, el cual es un aspecto básico para atender las necesidades y requerimientos de los clientes; asimismo con niveles superiores al 90% el conocimiento, la creatividad e innovación y el trabajo en equipo son valores en alta estima por parte de los empresarios locales, que dan soporte y mayor fuerza a la filosofía organizacional. La Planeación Estratégica es una práctica administrativa que se aplica en tres cuartas partes de las empresas, y aún quedan medianas y pequeñas firmas pendientes por implementar y capitalizar sus beneficios a largo plazo. En una proporción similar este tipo de planes requiere ser reforzado a través de la incorporación de

objetivos estratégicos enfocados a la gestión del conocimiento. Asimismo, otro aspecto que predomina es el uso de procedimientos documentados para las operaciones de las empresas, fundamentales en el funcionamiento diario, pero poco trascendentes en materia de planeación estratégica. En ese mismo sentido, se detectan posibilidades de mejora en la aplicación de prácticas administrativas orientadas a la elaboración de planes de acción con objetivos y estrategias específicas para el desarrollo del conocimiento, y en la contratación de una estructura de personal dedicada específicamente al cumplimiento de los objetivos trazados en materia de gestión del conocimiento.

La formulación y el impulso de una estrategia de esta naturaleza, donde el conocimiento sea la plataforma fundamental sobre la cual se impulse la competitividad empresarial en el largo plazo, requiere de una alta gerencia comprometida con el desarrollo, diseminación, uso y retención del conocimiento que agregue valor; necesita la consolidación de una filosofía organizacional en la cual prevalezcan estos principios y valores. Una vez que la alta gerencia toma conciencia de la importancia del conocimiento como medio para crear valor y ser competitivo; promueve y consolida una filosofía organizacional enfocada en el conocimiento, el desarrollo y la innovación; es necesario aterrizar estos principios para dar paso a dos segundos niveles de desarrollo de una estrategia empresarial basada en la gestión del conocimiento.

El segundo nivel sería el de Planeación estratégica, que consiste en la formulación e implementación de una estrategia integral de gestión del conocimiento, que incluya planes, objetivos y estrategias de largo plazo para el desarrollo de productos, servicios, procesos, nuevos mercados, o nuevas formas de organización. La administración del conocimiento impulsa la estrategia general de la organización, entre las cuales se pueden ubicar conocer y satisfacer las tendencias del mercado del desarrollo de productos cada vez más diferenciados, con alto valor agregado, de mayor selectividad y exclusividad; donde el desarrollo y posicionamiento de marcas, conceptos y estilos de vida, dirigen los destinos del éxito empresarial en el mundo de los negocios actual. Así mismo, los sectores productivos de alto

valor y de alto contenido tecnológico son los nuevos derroteros de la industria moderna. De esta manera, la administración del conocimiento como para impulsar el desarrollo de la empresa debe quedar claramente especificada en sus planes de largo plazo, a través del planteamiento formal de objetivos y estrategias encaminadas a la transformación de conocimiento en productos y servicios de mayor valor, y a la consolidación de una ventaja competitiva para la organización.

En una tercera fase, se ubica la elaboración de planes de mediano y corto plazo de implementación de la gestión del conocimiento como estrategia para mejorar la competitividad en la empresa. Esta planeación de corte operativo, también requiere el establecimiento de objetivos de corto plazo, de estructuras, funciones y recursos. El propósito es garantizar que exista un responsable o un grupo de personas con autoridad y recursos suficientes para llevar a cabo acciones y tomar las decisiones necesarias para desarrollar procesos de: identificación, adquisición, desarrollo, compartición y distribución, utilización y retención del conocimiento, es decir, para implementar la estrategia clave de administración del conocimiento en la organización.

Los resultados muestran que en este proceso de Gestión de Conocimiento, es posible reforzar algunos aspectos para mejorar el desempeño en materia de competitividad empresarial; entre estos aspectos a reforzar en las Pymes de Hermosillo son: con respecto a la identificación de conocimiento es la detección rápidamente en los cambios en las preferencias de los clientes; en actividades de adquisición y desarrollo de conocimiento, sería realizar mayor inversión en actividades internas de investigación y desarrollo; en diseminación es posible promover aún más la participación de los gerentes en seminarios y presentaciones a sus grupos de trabajo; asimismo, reforzar acciones para motivar a los empleados para atender capacitación en seminarios y conferencias; en relación a la utilización de conocimiento, es posible generar mayor innovación para la mejora y desarrollo de nuevos productos, dejando evidencias y registros de dichas mejoras. Asimismo, en retención de conocimiento quedan tareas pendientes

para cerrar los procesos de gestión de este importante activo, en este aspecto es esencial tanto reforzar el registro de patentes tanto de productos nuevos como de mejoras que se realicen a los productos existentes, para elevar el índice de patentes que se observa notablemente bajo. En este orden de ideas otro aspecto a mejorar de manera prioritaria por los resultados obtenidos en la Encuesta es la formulación e implementación de programas de innovación con metas medibles. Una mayor inversión en investigación y desarrollo; así como un mayor aprovechamiento de los recursos públicos a través de la captación de fondos que el gobierno destina a las Pymes para el desarrollo empresarial.

Ante esto, una estrategia de gestión del conocimiento será de gran utilidad y beneficio para las firmas hermosillenses que estratégicamente desplieguen acciones para implementarla en sus organizaciones, ya que en el mediano y largo plazo permitirá la innovación, desarrollo de nuevos productos, marcas, es decir, la consolidación de ventajas competitivas que redundarán en una mayor competitividad empresarial.

REFERENCIAS

- Cabrera, A. y Rincón, M. (2001). *La gestión del conocimiento: Creando competitividad en la nueva economía*. Nueva Economía y Empresa.
- Carneiro, A. (2000). How does knowledge management influence innovation and competitiveness? *Journal of Knowledge Management*, 4(2), 87-98.
- Cohen, M. and Levithal, A. (1990), Absorptive capacity: a new perspective on learning and innovation, *Administrative Science Quarterly*, (35)1. 128-152.
- Darroch, J. (2003). Developing a measure of knowledge management behaviors and practices. *Journal of Knowledge Management*, 7(5), 41-54.
- Dove, R. (1999). Knowledge management, response ability, and the agile enterprise. *Journal of Knowledge Management*, 4(2), 87-98.

- Drucker, P. (1959). *The Landmarks of Tomorrow*. EE.UU. Ediciones Harper.
- Guthrie, J. (2000), Intellectual capital review: measurement, reporting and management, *Journal of Intellectual Capital*, (1)1 .
- Jantunen, A. (2005). Knowledge-processing capabilities and innovative performance: an empirical study. *European Journal of Innovation Management*, 8(3), 336-349.
- Lim, D., & Klobas, J. (2000). Knowledge management in small enterprises. *The Electronic Library*, 18(6), 420-433.
- Nonaka, I., Takeuchi, H. (1995), *The Knowledge-Creating Company*. Oxford University Press, New York, NY.
- ITESM (2010). *La Competitividad de los Estados Mexicanos 2010*. Perfiles de los Estados. Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey.
- Martensson, M. (2000). A critical of knowledge management as a management tool. *Journal of Knowledge Management*, 4(3), 204-216.
- Martín, C. (1997). *España en la Nueva Europa*, Alianza Editorial, Madrid.
- Merali, Y. (2000): Individual and Collective Congruence in the Knowledge Management Process. *Journal of Strategic Information Systems* (9). 213-234
- Miller, P. (1987). Strategic Industrial Relations and Human Resources Management. Distinction, Definition and Recognition". *Journal of Management Studies*. 24(4). 347-361.
- Porter, M. (1980). *Competitive Strategy. Thecniques for Analyzing Industries and Competitors*. Free Press, New York.
- Rutihinda, C. (1996). *Resource-based Internalization*, Akademitryck AB, Stockholm.
- Sánchez, J., Hernández, S. & Haro, J. (2008). *Un modelo de valoración de la gestión del conocimiento de las empresas*. Tepic: Universidad Autónoma de Nayarit Ed.1.

Sastre, M., y Aguilar, E. (2000). Un modelo de competitividad empresarial basado en los recursos humanos. *Economía Industrial* 332 (2000-II). 125-138.

Thompson, A., y Strickland A.J. (2004) *Administración Estratégica*. Mc Graw Hill.