

La gestión competitiva del conocimiento en las mipymes del sector automotriz

FELIPE SAMUEL TOVAR PACHECO¹

JOSEFINA MORGAN BELTRÁN²

LEÓN MARTÍN CABELLO CERVANTES³

RESUMEN

¿De qué forma pueden identificarse y caracterizarse los factores que inciden en la gestión competitiva del conocimiento a través de la transferencia del conocimiento en las Mipyme del sector automotriz? Es la pregunta central tomada desde las propuestas teóricas de la gestión del conocimiento, competitividad y Mipyme. El objetivo es Generar conocimiento frontera en la identificación y caracterización de los factores que inciden en la gestión competitiva a través de la transferencia del conocimiento que permita el fortalecimiento de la competitividad y un aporte a la mejora en los procesos de las Mipymes del sector automotriz, Para acercarse a la investigación se emplea el método cualitativo y se realiza la propuesta de un esquema que a través de una metodología definida y respaldada de transferencia del conocimiento ayuda al fortalecimiento de la competitividad de la MiPYMES

Palabras clave: Gestión de Conocimiento, Competitividad, MiPYMES)

ABSTRACT

How can be identified and characterized the factors that influence the competitive knowledge management through the transfer of knowledge in the automotive sector Mipymes? It is the central question taken from the theoretical proposals for knowledge management, competitiveness and Mipymes. The goal is to generate frontier knowledge in the identification and characterization of the factors that influence the competitive management through the transfer of knowledge to strengthen competitiveness and contribute to improved processes of Mipymes in the automotive sector, to approach the qualitative research method is used and proposed a scheme through a defined and supported knowledge transfer methodology helps to strengthen the competitiveness of Mipymes is done.

Keywords: Knowledge Management, Competitiveness, MiPYMES)

¹ Universidad Autónoma de Querétaro.

² Universidad Autónoma de Querétaro.

³ Universidad Autónoma de Querétaro.

INTRODUCCION

Cuando las organizaciones están influidas por el contexto global en el que se desarrollan, lo que implica que los hechos que ocurren en una parte del mundo afectan a todas las demás organizaciones en otras partes lejanas: las ideas y el conocimiento, los bienes y los servicios, traspasan las fronteras con facilidad (Stiglitz, 2006). Es por eso que deben estar en una búsqueda constante para tener ventajas superiores y competitivas, a través de esta búsqueda, darse cuenta que la base esencial para competir con éxito a nivel nacional, e internacional es el conocimiento que se genera en la organización y el de sus empleados.

Davenport y Prusak (2001), mencionan que “*saber sobre el conocimiento es indispensable para el éxito en los negocios*”? (p. 13) ¿Qué es lo que induce a pensar que la gestión del conocimiento es indispensable en otras formas estructurales como las empresas? El conocimiento es el eje rector de las actividades que se realizan dentro de una organización, aunque en algunos casos es una acción que pasa desapercibida, pero administrar el conocimiento de las personas para convertirlo en un conocimiento institucional impulsa el desarrollo de la organización elevando su potencial competitivo; esta acción es el objetivo primordial de la gestión del conocimiento.

Las empresas de índole transnacional dan respuesta a los procesos de globalización movilizandoo el conocimiento más allá de las fronteras nacionales, se integran por organizaciones de países desarrollados y subdesarrollados. La rapidez con la que tienen acceso al conocimiento y la tecnología de los países desarrollados promueve el ritmo del crecimiento en los países en vías de desarrollo.

Objetivo

Generar conocimiento frontera en la identificación y caracterización de los factores que inciden en la gestión competitiva a través de la transferencia del conocimiento que permita el fortalecimiento de la competitividad y un aporte a la mejora en los procesos de las Mipymes del sector automotriz.

Proposición

La Identificación y caracterización de los factores que inciden en la gestión competitiva a través de la transferencia del conocimiento en las Mipymes puede contribuir en sus procesos de gestión, eficiencia y competitividad

MARCO TEORICO

Gestión del conocimiento

Davenport y Prusak (2001) señalan lo siguiente del conocimiento: “*es una mezcla fluida de experiencia estructurada, de valores, de información contextual e internalización experta que proporciona un marco para la evaluación e incorporación de nuevas experiencias e información. Se origina y se aplica en la mente de los conocedores. En las organizaciones con frecuencia no sólo*

queda arraigado en documentos o bases de datos, sino también en sus rutinas, procesos, prácticas y normas institucionales" (p. 6).

Maurice Merleau-Ponty en 1945 presentó dos obras importantes: “La estructura del comportamiento” (escrita en 1942) y “La fenomenología de la percepción”, en las que analiza los temas que superan los beneficios de la reflexión y los requerimientos de la filosofía de la conciencia. Bech (2005) piensa que Merleau-Ponty, menciona que ninguna verdad es absoluta ni temporal. El pensamiento es la conexión entre la conciencia y el mundo, los sentidos son las diversas formas que una persona tiene para desarrollar la organización en la estructura de la empresa.

El objetivo de esta obra es presentar los conceptos intelectuales y empíricos de la percepción, con el fin de darlo a conocer tal y como se percibe en sí mismo.

Para la fenomenología *“las estructuras universales que gobiernan cuanto puede ser pensado y conocido son la de existencia mundana del ser humano capaces de convertir un objeto puramente espacial en la traza parlante de una existencia. De modo que la única raíz trascendental para el conocimiento es el «saber primordial» sedimentado en la experiencia y latente en la percepción del mundo” (p. 35).*

Sartre destaca que el hombre empieza por existir, se desarrolla, florece en el mundo y después se define. Afirma que: *“Para existir, el hombre tiene la exigencia de conocer y actuar. Toda acción es conocimiento y todo conocimiento es acción. La condición para ser libres es generar un conjunto de verdades. Si el hombre no construye su mundo será deglutido por la inercia y la fatalidad” (Armau, 1993, p. 241).*

Existen dos corrientes filosóficas del siglo XX: la fenomenológica y la del existencialismo. El fundamento de la corriente fenomenológica es: *“El conocimiento se puede obtener a través de la reflexión”*. (Nonaka y Takeuchi, 1995, p: 29), y la del existencialismo en: *“si queremos conocer al mundo, debemos actuar persiguiendo un fin”*. Esta corriente destaca la relación entre el conocimiento y la acción, y se encarga de investigar la existencia humana en forma individual y la experiencia.

Cuando inicio el perfeccionamiento de los procesos y sistemas en las empresas, nace la gestión del conocimiento con el objetivo de que el capital intelectual de una empresa se incremente considerablemente mediante la administración de la habilidad que se tiene para resolver problemas en forma eficiente.

El capital intelectual que crea valor en una empresa ayuda a la búsqueda del conocimiento descubriendo dominio, destreza, aptitud y conocimientos particulares en la organización. La búsqueda del conocimiento tiene como fin devolver a las personas la capacidad de pensar y auto-organizarse, con el objetivo de mejorar y crear nuevas formas logrando liderazgo y confianza en el

personal, reflejándose en sistemas avanzados de información, motivación, remuneración y en el uso creativo de las tecnologías de la información.

Se menciona que la gestión del conocimiento es definida como: “*La habilidad de tomar información que ha sido almacenada positivamente en la mente de las personas y hacerla pública, procesable, útil y explícita*” (Papows, 1999, p.174). Los autores Benavides y Quintana (2003) la definen como: “*una disciplina emergente que proporciona las metodologías y las guías de actuación aceptadas, que define los conceptos, integrando enfoques y métodos de un modo coherente y global, para proporcionar pistas sobre las prácticas a seguir en la administración eficaz y eficiente de sus recursos esenciales*” (p.29).

Por lo expuesto anteriormente la gestión del conocimiento es la habilidad para dirigir a las personas que poseen el conocimiento profesional y el capital intelectual, dependiendo de los factores como lo son: cultura, productos, procesos y relaciones con clientes. Las organizaciones que pretendan desarrollar la gestión del conocimiento se deben de implementar estrategias, procesos, procedimientos e instrumentos que ayuden a la creación, la asimilación, la propagación, el uso, el acceso y la calidad del contenido siendo su principal preocupación la anticipación de datos estratégicos para el crecimiento y sobrevivencia de la nueva empresa.

Se define el concepto de gestión del conocimiento con el cual se trabajará, como el proceso de identificar, seleccionar, almacenar, transferir y utilizar el conocimiento (la información y las personas), con el objetivo de mejorar la competitividad.

El Conocimiento y las Organizaciones

El capital intelectual

Definiciones y descripciones de “Capital intelectual” de algunos especialistas en el tema:

- “Es acumular el conocimiento de todos los integrantes dentro de una compañía, creando una línea de competitividad para ella.” (Stewart, 1999, p.37) □ □ □ “Es el conocimiento, experiencia aplicada, tecnología organizativa, relaciones con los consumidores y contactos empresariales que tiene una organización y que le permiten alcanzar una posición ventajosa en el mercado” (Pérez, G y Bustamante, I, 2000, p.49).
- “Son los activos no financieros de una Organización” (Chartzkel, J, 1998, p.112).
- “Está compuesto por el Capital Humano y el Capital de Conocimiento. El Capital Humano comprende los talentos humanos individuales y el conocimiento adquirido a través de educación, entrenamiento experto y la cognición. El Capital de Conocimiento es el documentado, disponible en forma de *papers* de investigación, reporte, libros, artículos, manuscritos, patentes y *software*.” (Nasseri, T, 2006).

- “Método compuesto por tres elementos: El Capital Humano, el Capital del Cliente y el Capital Estructural.”(Smith, P, 2003 p.23).
- “Es el valor de las relaciones de una organizaciones con sus clientes incluyendo la lealtad intangible de los clientes hacia la compañía o producto, basada sobre la reputación, patrones de compra, o la capacidad de pago de los clientes.”(Davenport, T, 1999).

La definición presentada por Smith resume las ideas generales de todas las definiciones estudiadas. *Capital Intelectual*: Se dividen en tres categorías: el Capital Humano, el Capital Estructural y el Capital Relacional. Los cuales permiten generar respuestas a las necesidades de mercados y ayudan a explotarlas.

Creación del conocimiento organizacional

Es todo aquel capital intelectual existente y compartido en la organización (Nonaka y Takeuchi 1995; y Prusak, 2001). Direccionándola y estableciendo la metodología a seguir con el objetivo de mantener almacenado el conocimiento y que este pueda ser utilizado en el presente y documentado con los nuevos conocimientos creando así la llamada memoria organizacional. (Cross y Baird, 2000:69).

Nonaka y Takeuchi (1995) establecen cuatro factores clave en torno a la creación de conocimiento organizacional: Intención, autonomía, fluctuación y caos creativo y redundancia. Cabe mencionar que estos factores son importantes como parte de la cultura de la organización para lo cual es importante saber que es la cultura organizacional, como se definen las estrategias de aprendizaje y que sea una herramienta de trabajo diario.

Conversión del conocimiento

En el modelo de la espiral de creación de conocimiento organizacional de Nonaka y Takeuchi (1995) retomado por Mintzberg *et. al.*, (1997) y por Choo (1998) se producen las siguientes formas de conversión del conocimiento.

La socialización pertenece a las teorías de procesos grupales en donde se comparten experiencias dando paso a la creación del conocimiento tácito; adquiriéndolo a través de la experiencia de otras personas sin usar el lenguaje.

En el proceso de exteriorización se nombra el conocimiento tácito en forma de conceptos explícitos. Adoptando la forma de metáforas, analogías, conceptos, hipótesis o modelos; formando el conocimiento conceptual convirtiéndolo en una guía para crear conocimiento sistémico a través de la combinación; a su vez, el conocimiento sistémico se convierte en conocimiento operacional

conforme se va interiorizando en la organización generando un nuevo ciclo de creación de conocimiento.

Los miembros de la organización intercambian y combinan conocimientos a través de documentos, reuniones, conversaciones por teléfono o redes computarizadas de comunicación para obtener un producto (libro, manual). La reconfiguración de la información existente se lleva a cabo clasificando, añadiendo, combinando y categorizando el conocimiento explícito; todo esto conduce a crear el conocimiento sistémico.

Para Nonaka y Takeuchi (1995) la organización tiene la función de proporcionar el ambiente adecuado en el proceso de la creación del conocimiento con el fin de facilitar las actividades en grupo, la generación y recolección del conocimiento en el nivel individual.

Para originar el ambiente existen cinco condiciones primordiales: intención, autonomía, fluctuación y caos creativo, redundancia y variedad de requisitos (Senge, 1998, p. 53).

Intención: El deseo que tiene una empresa para lograr sus fines; aceptando la manera que las estrategias tienen para desarrollar la capacidad organizacional adquiriendo, creando, acumulando y explotando el conocimiento.

Autonomía: los miembros de una organización actúan tan autónomamente como sea posible, motivándose a sí mismos facilitando la creación de un conocimiento nuevo.

Fluctuación y caos creativo: cuando se introduce la fluctuación en una organización sus miembros se enfrentan a una ruptura de rutinas, hábitos o marcos cognoscitivos por lo que esta condición es elemental para fomentar la espiral del conocimiento, estimular la interacción de la organización y el ambiente externo. El caos creativo se puede generar intencionalmente cuando se evoca un sentimiento de crisis entre los miembros de la organización estableciendo metas desafiantes.

La redundancia: es la existencia de información que va más allá de los requerimientos operacionales inmediatos de los miembros de la organización; se refiere a hacer énfasis intencional de la información acerca de las actividades, responsabilidades administrativas y de la organización en su conjunto.

Variedad de requisitos: Todas las personas de la organización deben contar con un acceso rápido y sencillo a la información que necesitan.

Para Drucker (1992) el conocimiento intelectual es un recurso intangible para toda organización no puede heredarse ni ser legado: cada individuo dentro de la organización debe adquirirlo, por lo tanto el recurso básico es y seguirá siendo el conocimiento.

La influencia cultural en el Conocimiento Organizacional

La cultura organizacional es tan significativa como la forma de entender la riqueza y las variaciones de la vida organizacional; está integrada por la forma en que se interpreta el mundo y de las actividades que manifiestan ese mundo (Alvesson, 2002). Estas interpretaciones se comparten en forma colectiva en un proceso social en donde no existen culturas privadas, aunque algunas actividades son individuales su alcance es colectivo. Percibe a la cultura como *“un mundo compartido y aprendido de experiencias, de significados, de valores, e interpretaciones que se utilizan para informar a la gente, se expresan, se reproducen, y se comunican parcialmente en forma simbólica consistente”* (p. 6).

La cultura es: *“un patrón de conjeturas básicas que se comparten; que se inventa, descubre o desarrolla por un grupo dado, a medida que aprende a enfrentar sus problemas de adaptación externa e integración interna y que se ha funcionado bastante bien para ser considerado válido y por tanto, ser enseñado a nuevos miembros del grupo como el modo correcto de percibir, pensar y sentir en relación con esos problemas”* (Choo, 1998, p. 103). Schein (2004) define la cultura como *“un patrón de ideas básicas, sean inventadas o descubiertas o desarrolladas por un grupo dado mientras aprende a superar sus problemas de adaptación externa e integración interna, que ha funcionado suficientemente bien como para ser considerado válido y, por tanto, para ser enseñado a nuevos miembros como la forma correcta de percibir, pensar y sentir en relación de esos problemas”* (p. 17).

Los determinantes que Davenport y Prusak (2001) consideran fundamentales para que el conocimiento se transfiera eficientemente son las normas, los valores y las conductas que conforman la cultura de una empresa; por lo que el conocimiento colectivo está asociado con la cultura organizacional en donde en la mente de la organización están presentes las convicciones compartidas que se reflejan en tradiciones y hábitos.

El tercer tipo de conocimiento que aporta Choo (1998) es el conocimiento cultural que se expresa en los supuestos, en las opiniones y en las normas que se utilizan por los integrantes de la organización para dar valor y significado a los nuevos conocimientos; consiste en las estructuras cognoscitivas afectivas que los miembros de la organización utilizan para percibir, explicar, evaluar y construir la realidad.

La gestión del conocimiento también se encarga de crear una cultura adecuada, identificando requerimientos de conocimientos, capturando conocimientos externos, asimilando y utilizando adecuadamente los conocimientos: concierne al desarrollo de procesos, instrumentos y cultura organizacional para promover la creación y distribución del conocimiento (Benavides y Quintana, 2003). Davenport y Prusak (2001) señalan que cuando es necesario transferir conocimiento los métodos siempre deben adaptarse a la cultura de la organización; los valores, las conductas y las

normas que conforman la cultura de la organización determinan la eficacia de la transferencia del conocimiento. Los factores culturales que la organización debe fortalecer son: desarrollar las relaciones de confianza; crear un interés común mediante capacitación, diálogos, publicaciones; trabajo en equipo y rotación laboral; establecer lugares y horarios para transferencias de conocimientos; evaluar el desempeño y proporcionar incentivos con base en la actitud de compartir; educar a los empleados para la flexibilidad; promover un método de conocimiento sin jerarquías; aceptar y premiar los errores creativos y la colaboración.

Competitividad

Una forma de entender la empresa, coherente con la definición: “*un proceso productivo mediante el cual se transforman recursos en bienes vendibles con generación de valor añadido y beneficios*” (Fea, 1995, p.39)

Dónde:

Proceso productivo: La organización de medios y sistemas para conseguir un producto.

Recursos: La actividad del empresario, el trabajo, las estructuras sociales, el capital, los materiales.

Transformación de bienes vendibles: El producto tiene características aptas para satisfacer las necesidades del cliente.

La empresa competitiva es la que consigue maximizar la calidad de cada uno de los factores mencionados anteriormente, porque tiene:

- Un proceso productivo óptimo
- Recursos excelentes
- Elevada calidad del proceso de transformación
- Considerable generación del valor agregado
- Destacada calidad del producto y minimización del costo

De acuerdo a Fea (1995) la competitividad es: “*la capacidad estructural de una empresa de generar beneficios sin solución de continuidad a través de sus procesos productivos, organizativos y de distribución*” (p.47)

Donde:

- La capacidad estructural es función directa de sus principios estratégicos, del bagaje cognoscitivo de su factor humano y de su organización.
- El seguimiento en la generación de beneficios y de la empresa misma, es directamente proporcional a su dinamismo estructural.
- El nivel de competitividad de una empresa está siempre definido por su intrínseca “manera de ser” dentro de un determinado contexto socioeconómico.

Se mencionan tres puntos:

1. La competitividad es entonces una característica interna al sistema empresa.
2. Un mercado, o mejor un entorno sociopolítico y económico, define el nivel temporal de su capacidad competitiva intrínseca.
3. Una organización o empresa tiene continuidad sólo si es capaz de adecuarse constantemente a las nuevas condiciones del entorno.

Si éstas son las condiciones básicas que definen la capacidad competitiva propia de la empresa, puesto que los resultados alcanzables están condicionados por el mercado en el que se desarrolla la actividad, se examinan también las situaciones en las que la empresa puede encontrarse respecto a dicho mercado:

- Empresa Líder: la que domina un determinado mercado porque su capacidad de innovación es superior al nivel medio expresado por la competencia.
- Empresa competitiva: la que mantiene sus parámetros vitales por arriba del nivel medio del mercado
- Empresa competitiva: la que mantiene sus parámetros vitales por arriba del nivel medio del mercado.
- Empresa en crisis: la que sufre una insuficiencia coyuntural de capacidad competitiva.
- Empresa en estado agónico, la que padece un deterioro estructural de sus funciones vitales.

El International Institute for Management Development menciona que la competitividad es la capacidad de un país o empresa para proporcionalmente generar más riquezas que sus competidores en los mercados internacionales.

Otra definición aceptada que procura abarcar todos esos aspectos menciona que la competitividad es la capacidad que posee un país para participar en los mercados internacionales de manera sostenible y con tendencia al aumento, con una elevación paralela al nivel de la población.

Porter (2009), profesor de la cátedra de Administración de Negocios C. Roland Christensen, en la Escuela de Negocios de Harvard, nos dice dos definiciones de competitividad, una en relación con la unidad empresarial y otra a nivel del país.

Para Porter (1989), “la competitividad de las empresas es la habilidad para ser líder en costos, ofrecer productos diferenciados y tener la capacidad para servir a segmentos de mercados especializados”.

A nivel de país, Porter (2009) asocia la competitividad con la calidad de los factores de producción nacional relativos a la estructura de costos para hacer negocios.

Muller (1995) considera que la competitividad es una mezcla entre varios factores: Visión del mundo contemporáneo en el que están incluidos los valores sociales y diversas combinaciones entre la organización y los mercados; definiciones diferentes sobre los conceptos relacionados y por ultimo

lo que sucede en la vida práctica en la que no existen regulaciones internacionales muy claras o congruentes que hacen que se generen luchas por ganar los mercados y el comercio.

Esser, et al. (1996), menciona a su vez que la competitividad es un tanto sistémica y que es el producto de la interacción dinámica de 4 niveles económicos y sociales:

1.- Nivel Micro.- empresas que buscan eficiencia, calidad, flexibilidad y rapidez de respuesta.

2.- Nivel Meso.- Corresponde al Estado y los actores sociales con el desarrollo de políticas de apoyo

3.- Nivel Macro.- Presión entre las empresas con exigencias de desempeño comparativo

4.- Nivel Meta.- Que establece patrones de organización política, económica y jurídica así como organización e integración de los actores para en conjunto lograr la integración estratégica y la competitividad de la organización.

El World Competitiveness Report (2016), en su análisis de la competitividad de los países considera que existen 12 factores que afectan la competitividad de las empresas y las naciones:

1.- Instituciones.- Se refiere a la interacción efectiva entre el sector público y el privado, el ambiente administrativo y legal y la libertad de actuación para la implementación de estrategias.

2.- Infraestructura.- Se refiere al desarrollo de tecnologías que sostengan la actividad económica como disponibilidad de recursos naturales, tecnología de la información, transporte, comunicación, educación y protección al medio ambiente; esto permite un desarrollo saludable de las actividades de las empresas y del país.

3.- Ambiente macroeconómico.- La estabilidad macroeconómica del país es fundamental para los negocios y significativa para la competitividad del país.

4.- Salud y Educación.- La salud de la fuerza de trabajo es vital para la productividad y la competitividad así mismo la educación básica incrementa la eficiencia de cada trabajador, por lo tanto las organizaciones y los países deben considerar invertir en salud y educación para el logro de sus objetivos.

5.- Capacitación y entrenamiento.- la inversión en entrenamiento es fundamental para las organizaciones y los países que desean lograr más que la producción básica, para aquellas que desean incursionar en el mundo internacional y ser competitivos.

6.- Mercados eficientes.- Los países que tienen mercados eficientes y bien posicionados producen de manera más efectiva y eficiente mezclas diferentes de productos de acuerdo a las demandas del mercado, participando de esa forma de manera más efectiva en la economía del país y en su propia competitividad.

7.- Eficiencia y flexibilidad del mercado laboral.- Es más efectiva la respuesta de los trabajadores cuando están reconocidos y con prestaciones que les permiten una adecuada calidad de vida.

8.- Desarrollo del Mercado Financiero.- El sector financiero si está integrado internacionalmente sostendrá la competitividad internacional del país. Un parámetro puede ser la distancia entre los intereses pagados a los inversionistas y los cobrados a los prestatarios, entre menos sea la distancia significa que ambos se benefician.

9.- Preparación tecnológica.- Es medida de acuerdo a la agilidad con la cual las economía se adapta a las nuevas tecnologías, es la capacidad innovadora de las tecnologías existentes e invertir en investigación y en el desarrollo de actividades innovadoras, creación del conocimiento y aprovechar las tecnologías existentes en sus actividades diarios y procesos de producción para hacerlos más eficientes, esto es fundamental para la maduración del país en su desarrollo económico y sustentabilidad.

10.- Tamaño de los mercados.- El tamaño de los mercados de un país afecta la productividad ya que los grandes mercados permiten a las empresas explotar las economías de escala.

11.- Sofisticación de negocios.- Se refiere principalmente a la calidad general de un país, a su red de empresas y a la calidad de manera individual de las empresas, sus operaciones y estrategias, la calidad de las redes comerciales del país, los clusters y el apoyo a las industrias.

12.- Innovación.- Se refiere al diseño y desarrollo de productos de vanguardia procurando generar conocimiento de frontera y procesos para mantener ventajas competitivas e incluso avanzar hacia actividades enfocadas a aportar mayor valor agregado.

Etapas de desarrollo de la competitividad

La competitividad es un proceso que busca la mejora permanente del ambiente donde operan las empresas y responde a los retos de la etapa de desarrollo de cada país. Según Porter (2009), en la medida en que estos desarrollan sus ventajas competitivas y formas de competir, se mueven, a través de tres momentos característicos: la competencia basada en la producción de recursos naturales, basada a su vez en la eficiencia en la producción o la innovación.

Los países más competitivos del mundo, que además compiten innovando, también se encuentran en la frontera tecnológica, existen economías basadas en Factores, en eficiencia y en innovación.

El esfuerzo por mejorar la competitividad es permanente y ubica a los países en diferentes etapas en su desarrollo competitivo; así los menos competitivos lo hacen sobre la base de recursos naturales, mientras que los más competitivos lo hacen basándose en la innovación. Se deben hacer esfuerzos conscientes para mantener altos niveles de competitividad; ello implica que los países y regiones desarrollen estrategias para competir que, formulando una propuesta de valor única así como un

conjunto de objetivos, políticas y prioridades, en el largo plazo aseguran la obtención de mayores niveles de prosperidad.

MiPYMES

Las micro, pequeñas y medianas empresas, tienen una gran importancia en la economía, así como en el empleo a nivel nacional y regional, tanto en los países industrializados como en los de menor grado de desarrollo. Las 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; en el contexto internacional se menciona que el 90% o un porcentaje superior a las unidades económicas totales, está conformado por las micro, pequeñas y medianas empresas. Los criterios para clasificar a la micro, pequeña y mediana empresa son diferentes en cada país, de manera normal se ha utilizado el número de trabajadores como criterio para estratificar los establecimientos por tamaño y como criterios complementarios, el total de ventas anuales, los ingresos y/o los activos fijos.

Los acuerdos comerciales en los que México tiene participación, así como el desarrollo de empleos y la producción a nivel nacional convierte a las micro, pequeñas y medianas empresas (Mi PYMES) en la base de la economía nacional. Los países en desarrollo reconocen la importancia que han estado generando las MiPYMES en la economía y proyectan acciones para mejorar las condiciones económicas y apoyar a estas empresas a su establecimiento, crecimiento y consolidación.

Las Mi PYMES en México son de fundamental importancia y constituyen la base de la economía nacional con el 98% del total de las empresas, creando el 52 % del producto interno bruto y el 72 % de empleos formales en el país convirtiéndolas en el principal empleador del país siendo esto una plataforma ideal para los emprendedores innovando con nuevos productos y servicios (INEGI, 2005).

Clasificación de las MiPYMES.

El emprendedurismo en México es una de las grandes características que tienen las personas, esto ha generado gran parte de la creación de las Mi PYMES, convirtiéndose en una herramienta para el autoempleo para la obtención de recursos ofreciendo bienes o servicios.

Existen diversas formas de clasificar a las Mi PYMES, se considera a la empresa mediana como aquella que tiene una estructura ya establecida crecimiento sustentable y conocimientos, la empresa pequeña y la micro son negocios relacionados con la subsistencia y autoempleo.

Las MiPYMES son esencialmente de capital familiar no cuentan con una estructura bien definida, carecen de formalidad falta de liquidez sus escalas de producción son pequeñas, su tecnología la

adaptan a sus necesidades y la gran mayoría carecen de mano de obra calificada precisamente por ser de capital propio. Fuente (SECOFI).

Características Atribuidas a las MiPYMES.

Se mencionan las siguientes características, por mencionar algunas:

- Carece de mano de obra calificada
- Carece de capacitación en el apoyo técnico, administrativo y gerencial
- Es flexible a cambios
- Aprovecha los recursos propios con gran capacidad
- Su permanencia en el mercado es insegura
- Su producción es de bajo capital y su tecnología es adaptada
- Su producción es en escalas pequeñas
- Enfrenta problemas de financiamiento y de accesos a créditos por falta de garantías.
- Sus montos de inversión son muy pequeños y poco atractivos.
- No se capacita al personal por representar un gasto inútil
- El empresario realiza varias funciones dentro de la empresa
- Las decisiones las toma la familia y no siempre en beneficio de la empresa.
- No existe una diferenciación entre los puestos de la organización, todos hacen un poco de todo en las organizaciones.

METODOLOGIA

La investigación se desarrolló bajo el paradigma cualitativo atendiendo al método de la fenomenología y utilizando las técnicas de entrevistas semiestructuradas, Observación y Análisis de Documentos, las entrevistas se realizaron al personal de cuatro MiPYMES proveedoras de autopartes de San Juan del Río nivel Tier 2, Tier3 y Tier 4 considerando a los gerentes de planta, administrativos, jefes de departamento, supervisores, encargados de área y operadores. El trabajo se desarrolló en tres etapas: la primera, establecer contacto con la empresa, se utilizó la investigación cualitativa como método para el estudio del proceso de gestión del conocimiento, competitividad y MiPYMES. La segunda, como técnicas de investigación se diseñó preguntas semiestructuradas y finalmente se utilizó la observación en el área de campo y análisis de documentos. En la tercera etapa se aplicaron las entrevistas semiestructuradas sobre aspectos de gestión del conocimiento, competitividad y MiPYMES a un grupo de administrativos y trabajadores de cada una de las empresas caso de estudio.

RESULTADOS

Los resultados de la investigación de campo se presentan por indicador empírico con apoyo en el análisis de entrevistas semiestructuradas en las 4 empresas caso de estudio, para el acercamiento a las variables que componen las dimensiones de análisis de Gestión del conocimiento, Competitividad y Mipymes. Se considera una perspectiva fenomenológica, es decir, el estudio a profundidad de lo que sucede en uno o varios casos pero analizando en particular cada uno de ellos.

Estrategia de Transferencia del Conocimiento

Principalmente la transferencia del conocimiento se lleva a cabo con cursos de capacitación en las empresas con personal interno o externo según sea el tema a tratar. Las personas que laboran en la empresa transfieren sus conocimientos a los demás y aprovechan la experiencia adquirida el día con día, no se tiene una metodología adecuada para la transferencia del conocimiento y esto hace que se pierda competitividad en las empresas.

Programa de estímulos a las propuestas de mejoras de procesos e innovación.

Se observa que este tema general no está definido una metodología, empiezan con ideas al respecto pero no las terminan correctamente. Cuando se llega a dar los estímulos, se da de una manera muy sencilla y los empleados esperan más al respecto, solo una palmadita en la espalda y es todo.

Relación con otras empresas

La relación cuando se llega a dar es principalmente cuando se realiza una maquila de productos, es decir, producen lo de la competencia. También en ocasiones se da asesoramiento entre ellos para resolver problemas de sus procesos.

Posicionamiento de la empresa

En general las empresas están posicionadas de una buena forma, aunque son pequeñas existe buena imagen hacia los clientes pues se trata de dar lo mejor para satisfacer sus necesidades. Consideran el posicionamiento en un nivel medio debido a que están empezando a desarrollarse algunas de ellas y les falta recursos y tiempo para lograr un buen posicionamiento.

Indicadores que miden la competitividad de la empresa

En la mayoría de las empresas no tienen indicadores para medir su competitividad,, solo una tiene y no son suficientes. Esta es un área de oportunidad para definirlos y empezar la cultura de trabajo de competitividad.

Ventajas Competitivas

Se mencionan varias ventajas competitivas en las empresas, algunas son la maquinaria, otra el tiempo de respuesta a los clientes y los volúmenes de producción que requieren así como alguna certificación con la que cuenta la empresa actualmente.

Inducción

Aquí es otra área de oportunidad por realizar, se tiene un curso de inducción pero de manera muy empírica y sobre el tiempo se va dando a los trabajadores por lo tanto se carece del mismo de una forma constante y formal.

Capacitación

En este indicador la capacitación se proporciona de una manera empírica, en una empresa es a partir de su DNC y el resto de ellas es sobre la marcha. Finalmente no existe una capacitación formal y definida para los empleados.

Propuesta de Mejoras

Las propuestas de mejora se realizan de una forma sencilla, es verbal directamente en las reuniones de trabajo o directo con el jefe inmediato para proponer cualquier mejora en los procesos de la empresa.

Transferencia del conocimiento

En su mayoría consideran importante la transferencia del conocimiento, pero lo que se observa es que no existe una metodología adecuada para llevarse a cabo en las empresas. Se tiene personal con muchos conocimientos en los procesos por lo tanto es conveniente tener una metodología adecuada para obtener provecho de estas personas y llegar a hacer más competitivos en el mercado donde se está actualmente laborando que es el automotriz.

1685

Documentación y manuales de procesos.

En este indicador la mayoría de las empresas están documentando sus procesos para tener sus manuales de operación, una empresa lo tiene en electrónico y las otras en papel normal. Mencionar que se revisaron algunos documentos los cuales están dirigidos al sector automotriz que son los principales clientes de las empresas. Estos documentos los hacen con apoyo de estudiantes que están haciendo sus prácticas en las empresas.

Reconocimiento a los trabajadores.

El reconocimiento a los trabajadores lo hacen de una manera sencilla, dando bonos de producción, una felicitación, pegando la foto del empleado del mes en los pasillos; por mencionar. Es importante tener otra estrategia para el reconocimiento al personal.

Descripción de puesto y funciones.

Se observa que en estas empresas la descripción de puesto y sus funciones son de manera muy sencilla, dado que las personas realizan más de una actividad para la que fueron contratados por el tamaño de la empresa. Es importante definir puesto y funciones para ser más competitivos y las personas trabajen de mejor manera.

Habilidades técnicas.

Para este indicador las personas tienen sus habilidades técnicas de acuerdo a su función que desempeñan en producción, calidad, moldes, administración por mencionar algunos. Aquí es importante mencionar la experiencia de las personas para día con día ir obteniendo estas habilidades para desarrollar mejor su trabajo y ser más competitivos ellos mismos como persona y por consecuencia la empresa.

Indicadores Internos que miden el cumplimiento de metas.

En general los indicadores para el cumplimiento de las metas no se tienen de una forma sistemática en las empresas, hay indicadores por departamento en algunas y en otras solo los jefes o gerentes los conocen. Es importante mencionar que es importante tener estos indicadores para poder medir a cada persona de acuerdo a las funciones que está realizando.

Estrategias de motivación del capital humano.

En este indicador existe variación en las empresas algunas es con bono de productividad y asistencia y otros con un simple “vas bien en tu trabajo”; esto indica que por ser empresas pequeñas y medianas no tienen estrategias adecuadas para motivar al personal de una buena manera.

Desarrollo de competencias en el personal.

Estas competencias las va adquiriendo el personal conforme son las necesidades de la empresa y cambiando según se requiere en diferentes puestos. Este concepto si es necesario trabajar para poder obtener las competencias en su trabajo de una forma adecuada.

Retroalimentación.

Se realiza en reuniones de trabajo cuando se habla del tema pero es un poco informal la retroalimentación, es decir, no se realiza de una forma ordenada para que las personas corrijan su trabajo y sean cada día mejor en sus actividades.

Misión, Visión, Valores y Filosofía.

Estos indicadores algunas personas las conocen, otras no, otras no lo aplican en su trabajo otras si; existe una variación muy grande en estos aspectos. Debido a la falta de seriedad y compromiso de las personas para tomar en cuenta estos indicadores de una forma correcta.

Trabajo en equipo.

Se está trabajando en este aspecto importante, se realiza en reuniones de trabajo durante el día con día, y se está haciendo énfasis de la importancia del trabajo en equipo para la empresa.

Actitud.

Es coincidente en las cuatro empresas que se presente una actitud positiva en el desarrollo de las actividades de las personas, se muestran abiertos al aprendizaje constante y a desarrollar las habilidades necesarias para el adecuado desempeño de sus funciones, así como a desarrollar

habilidades que en el futuro les sean útiles en su desarrollo personal, son proactivos con deseos de superación y de aprendizaje constante, se muestran interesados en el bienestar y crecimiento de su empresa, sabedores de que su desempeño en su trabajo es importante para mantener interesados a los clientes.

Perfiles.

Requieren principalmente de personas proactivas, responsables, con visión de crecimiento constante tanto para ellos como para la empresa, con disponibilidad, honestas, autodidactas, interesadas en la investigación, que resuelvan problemas, personal que trabaje bajo presión.

En cuanto al nivel académico requerido la empresa Metal Working requiere principalmente de ingenieros o técnicos con conocimientos en sus procesos. La empresa 3D soluciones requiere para el personal operativo solo con secundaria o preparatoria. La empresa Procime únicamente requiere de nivel medio. La Empresa Génesis requiere de personal con ingeniería, regularmente tiene practicantes de ingeniería y posteriormente si le interesa su trabajo los contrata.

Tamaño.

En general son empresa micros y pequeñas de acuerdo a la información obtenida, solo una de ellas es mediana con más de 100 empleados que trabajan actualmente en diferentes departamentos y realizando funciones que la empresa les designa.

Infraestructura

Es un tema que en general hay áreas de oportunidad y es características de las MiPYMES, mencionar que se observa que los recursos que tienen los optimizan de acuerdo a sus necesidades pero la Infraestructura es muy importante para todos para poder seguir creciendo y llegar a ser más competitivos. Mencionar que en varias de ellas hay obra civil en desarrollo para ampliar sus líneas de producción y atender los requerimientos que solicita los clientes.

Desarrollo Tecnológico

El desarrollo tecnológico está en constante actualización, se tienen equipos y maquinaria con alta tecnología pero aún falta tener más actualizados los equipos; hacen su productos con lo que tienen pero esto les resta un poco de ventaja competitiva con sus clientes. Algo importante existe la intención de los dueños de poder adquirir equipos con mejor tecnología.

Recursos Humanos

El recurso humano es importante considerarlo ya que en todas las empresas se tienen este elemento vital para realizar su trabajo, si falta en general recurso humano pero como son empresas en desarrollo se realizan más de una función por las personas que laboran actualmente.

Durante la realización del trabajo de campo se puede concluir de acuerdo a los indicadores manejados, que las empresas estudiadas pertenecen según sus características a las Mi PYMES según se mencionó con anterioridad teniendo fortalezas y debilidades en cada uno de los campos de aplicación, sería redundante de mi parte el mencionar nuevamente estos puntos, no así el reconocer que en México las debilidades se convierten en áreas de oportunidad, debido al apoyo gubernamental que se les está dando a este tipo de empresas, durante los dos sexenios anteriores se reconoció el gran potencial que tiene el mexicano para auto emplearse y se empezaron a crear programas para apoyar a las Mi PYMES y de esta manera potencializar el desarrollo económico de nuestro país.

DISCUSION TEORICA

Con base en la fundamentación teórica, los resultados obtenidos en el análisis de campo, las triangulaciones y avalados por la metodología aplicada, se realiza la propuesta de un esquema que a través de una metodología definida y respaldada de transferencia del conocimiento nos ayuda al fortalecimiento de la competitividad de la MiPYMES. Partiendo de la pregunta central: *¿De qué forma pueden identificarse y caracterizarse los factores que inciden en la gestión competitiva del conocimiento a través de la transferencia del conocimiento en las Mipyme del sector automotriz? Y de la propuesta planteada anteriormente: “La creación de una metodología para la transferencia del conocimiento, que involucre los diferentes aspectos de la gestión del conocimiento y de la cultura organizacional, puede repercutir de manera importante en la competitividad de las Mi Pymes proveedoras de autopartes”*

1688

Se muestra con un esquema la metodología propuesta para la presente investigación partiendo del concepto de fortalecimiento de la competitividad para las micros, pequeñas y medianas empresas la transferencia del conocimiento es una herramienta que nos ayuda a fortalecer a las Mi PYMES intervienen varios factores como son asociaciones industriales del sector automotriz, centros de investigación y universidades partiendo del diamante de Porter donde nos dice la importancia de la asociación con otras entidades que nos puedan apoyar la competitividad de las empresas. También interviene el gobierno local es un factor importante porque Porter dice que el gobierno debe sembrar tierras fértiles para el desarrollo de la empresas, pueden ser con programas de ayuda económica, así mismo intervienen la asociación de JICA de Japón con apoyo a voluntarios veteranos para asesorar a las empresas en el fortalecimiento de sus conocimientos y experiencias adquiridas a lo largo del tiempo y su cultura importante que ellos actualmente están trabajando. Es importante que estos factores llamados externos estén involucrados en esta metodología de una manera comprometida para apoyar al desarrollo de las empresas, Porter en su cadena de valor habla al respecto.

CONCLUSIONES

En el tema de transferencia del conocimiento para apoyar a las Mi PYMES intervienen los autores como Nonaka y Takeuchi que define los cuatro modelos de conversión del conocimiento y también nos habla de los tipos de conocimiento tácito y explícito. Como vimos en los resultados obtenidos existe personal con experiencia en las empresas pero se carece de una metodología para transferir el conocimiento hacia la empresa, se da de alguna manera pero no de una forma metodológica y es que hace falta en este tipo de empresas. Se proporciona sobre el día con día y lo vemos en la capacitación por ejemplo donde se da de manera adecuada y en ocasiones se deja de impartir.

Si se analizan los otros modelos que se comentaron anteriormente se pueden aplicar algunos de sus conceptos aportados como el modelo de Hedlund y Nonaka que habla de etapas de almacenamiento, transferencia y transformación del conocimiento.

Esta metodología consiste en fortalecer la competitividad a través de la transferencia del conocimiento con las personas que tienen la experiencia en el ramo de la empresa y siendo apoyados por personal externo para incrementar su competitividad. Por la falta de recursos se propone generar sinergias con centros de investigación y el gobierno local a partir de proyectos de apoyo económico para este tipo de empresas, es importante ver el deseo de las empresas para su desarrollo pero en ocasiones no se tienen los recursos para su desarrollo correctamente.

Importante mencionar la importancia de la cultura en las empresas, se tiene cultura de muchos años ya con ciertos vicios y es importante cambiar a otros esquemas de trabajo con la tecnología que se menciona se encontró que están trabajando las empresas del sector.

La documentación de los procesos es importante para que las personas cuando se quieran cambiar de actividad dentro de la empresa conozcan cómo realizar el trabajo y así llegar a ser funcionales en varias actividades sé que se les asigne.

REFERENCIAS

- Alvesson, M. (2002). *Understanding Organizational Culture*. London: SAGE Publications.
- Arnau, H. (1993). *Temas y Textos de Filosofía*. México: Pearson Education.
- Benavides, V. C. A. y Quintana, G. C. (2003). *Gestión del Conocimiento y Calidad Total*. España: Ediciones Díaz de Santos.
- Chartzkel, J. (1998). Measuring and valuing intellectual capital from knowledge management to knowledge measurement in world trade conferences of London UK (NY-EUA) conferencia consultada el 21 de junio Del 2014 desde www.tlinc.com/artic110.htm
- Choo, W. C. (1998). *La organización Inteligente: El empleo de la información para dar significado, crear conocimiento y tomar decisiones*. Nueva York: Oxford University Press.

- Cross, R. & Baird, L. (2000). Technology is not enough: Improving performance by building organizational memory. EEUU: *Sloan Management Review*, 69-78.
- Davenport, T. (1999). *Capital Humano: Creando Ventajas Competitivas a través de las personas*. Barcelona: Gestión 2000.
- Davenport, T. H. y Prusak, L. (2001). *Conocimiento en Acción: Cómo las organizaciones manejan lo que saben*. Buenos Aires: Pearson Education.
- Drucker, P. F. (1992). *La Sociedad Poscapitalista*. Buenos Aires: Editorial Sudamericana.
- Esser, K., Hillebrand, W., Messner, D., & Meyer-Stamer, J. (1996). Competitividad sistémica: nuevo desafío para las empresas y la política. *Revista de la CEPAL*, 59(8), 39-52.
- Fea, U. (1995). *Competitividad es Calidad Total*. España: Alfa Omega Grupo Editor, S.A. DE C.V.
- INEGI (2005). Instituto Nacional de Estadística y Geografía obtenido desde www.inegi.org.mx
- Mintzberg, H., Quinn, J. B. y Voyer, J. (1997). *El proceso estratégico: Conceptos, Contextos y Casos*. México: Prentice Hall Hispano-Americana, S.A.
- Muller, G. (1995). *El caleidoscopio de la competitividad*. Revista CEPAL, No. 56, Santiago de Chile, CEPAL.
- Nasseri, T. (2006). *Knowledge leverage: the ultimate advantage. Global risk management network*. Consultado el 19 de noviembre del 2014 desde www.brint.com/papers/submit/nasseri.htm
- Nonaka, I y Takehuchi, H. (1995). *The Knowledge. Creating Company* EEUU: Oxford University Press.
- Papows, J. (1999). *Entreprise.com: El liderazgo en el mercado en la era de la información*. Argentina: Ediciones Granica S.A.
- Pérez, G. & Bustamante. (2000). Capital intelectual e innovación en conocimiento. Documento presentado al X congreso nacional de ACEDE: *Integración económica, competitividad y entorno institucional de la empresa*. Oviedo. Septiembre 2000.
- Porter, M. E. (2009). Ser competitivo: Edición actualizada y aumentada. *Editorial Deusto. España. Pág, 219-227*.
- Porter, M. (1989). *Ventaja Competitiva*. México: Grupo Editorial Patria
- Reygadas, L. (2002). *Ensamblando culturas: diversidad y conflicto en la globalización de la Industria*. España: Editorial Gedisa, S.A.
- Roig, S., Ribeiro, D., Torcal, R., de la Torre, A. & Cerver, E. (2004). *The entrepreneur and starting up new R&D&I: El emprendedor innovador y la creación de empresas I+D+I*. España: Universitat de Valencia.
- SECOFI (2011). Secretaria de Comercio y Fomento Industrial. México
- Senge, P. (1998). *La quinta disciplina*. España Ed. Granica

Schein, E. (2004). *The Handbook of Organizational Culture and Climate*. Second Edition London: Sage Publications Ltd.

Smith, P.A.C. (1998). Systemic Knowledge Management Managing Organizational Assets for competitive advantage. *Journal of systemic knowledge management*. Consultado el 21 de abril del 2015 desde www.tlinc.com

Stewart, T. (1999). *La nueva riqueza de las organizaciones: el capital intelectual*. Barcelona. Ed. Granica

Stiglitz, J. E. (2006). *Como hacer que funcione la globalización*. Ed. Santillana.

Van Der Horst, A. (2006). *Competitividad, Desafío Global para el Reto Local. Caso dominicano*. Editora Corripio, República Dominicana. Pág, 19.

World Competitiveness Report (2016). World Economic Forum. *The Global competitiveness report 2015-2016*. Obtenido el 10 de septiembre del 2016 desde reports.weforum.org/global-competitiveness-report-2015-2016