

2^{DO}. COLOQUIO DE INVESTIGACIÓN EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y GESTIÓN PARA EL DESARROLLO.

“GESTIÓN Y GOBERNANZA: ACTORES E INSTITUCIONES”

Creación de conocimiento en las organizaciones manufactureras a partir de la integración de fuentes formales e informales de información.

M.I.I. Alberto Brandon Báez Camarena

Resumen

- ▶ Actualmente las organizaciones son capaces de crear conocimiento utilizando diversas fuentes de información que van desde el interior de la empresa y el conocimiento técnico hasta la información que se recibe del consumidor y el medio ambiente por fuentes informales como las redes sociales y los métodos de comunicación dispuestos por la misma organización.

Resumen

- ▶ El trabajo de investigación planteado pretende abordar el proceso de la creación de conocimiento dentro de las organizaciones manufactureras y determinar aquellos factores que le permiten a la organización utilizar el conocimiento informal y el formal para transformarlo en conocimiento explícito que le facilitará generar nuevos productos y/o servicios con alto valor para el consumidor.
- ▶ Se pretende establecer aquellos canales de adquisición de conocimiento formal e informal que se utilizan en las organizaciones así como determinar cuál es el proceso que se sigue para crear conocimiento en la organización analizando cual es el conocimiento que se rechaza y el que se integra y establecer los criterios utilizados para esta selección.

Introducción

- ▶ Hasta la fecha, el debate actual de la gestión y creación del conocimiento ha mostrado muchas facetas interesantes:
 - Se ha demostrado que las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) son un medio de apoyo a la gestión del conocimiento.
 - Es importante destacar que las TIC no pueden ser percibidas como una salida universal o genérica para el tema de la creación del conocimiento.
 - no se puede asumir que el conocimiento se gestiona de una manera similar en todos los ámbitos de organización y en todos los sectores y tamaños de la empresa.

Objetivos de la investigación

- ▶ Con la presente investigación se pretenden cumplir los siguientes objetivos:
 1. Establecer cuáles son los canales de adquisición de conocimiento formal e informal (explícito y tácito) que se utilizan en las organizaciones manufactureras de textiles del centro del Estado de Veracruz, propiamente de la región de Xalapa.
 2. Determinar cuál es el proceso que se sigue para crear conocimiento en la organización analizando cuál es el conocimiento que se rechaza y el que se integra y establecer los criterios utilizados para esta selección.
 3. Establecer el papel de los sujetos de la organización en la adquisición y la creación de conocimiento puesto que son los sujetos quienes interpretan el conocimiento y determinan de acuerdo a su conocimiento y referencias de información de la organización si ese conocimiento se rechaza o se incorpora así como la forma en que se realiza esta incorporación.

Objetivos de la investigación

4. Determinar el rol que desempeñan las nuevas tecnologías de información y el acceso a la información por métodos informales y formales para la adquisición de conocimiento y su distribución en la organización y los sujetos.
5. Establecer el impacto de la creación de conocimiento a partir de estos métodos formales e informales en el proceso de creación de nuevos productos y como se ve reflejado en la transformación y evolución de las organizaciones.

Preguntas de investigación

1. ¿Por qué algunas organizaciones son más exitosas en la generación de nuevos productos y servicios que otras?
2. ¿Por qué algunas ideas tienen más posibilidades de éxito que otras en el contexto de las organizaciones productivas?
3. ¿Qué características tiene la información que se transforma en conocimiento?

Metodología

- ▶ Las características de las organizaciones que se tomarán como base de este estudio se determinarán por:
 - a. El ingreso anual de la organización durante el último año fiscal
 - b. El número de empleados
 - c. La cantidad de plantas productoras y puntos de venta con que cuenten
 - d. El portafolio de productos.

Metodología

- ▶ La información que se recopilará de manera preliminar se agrupará en tres secciones principales:
 - a. Estrategia de conocimiento
 - b. Aprendizaje organizacional
 - c. Resultados organizacionales

Metodología

Se tratará de determinar en qué medida las empresas manufactureras textiles presentan:

1. Nivel y fuentes de aprendizaje interno (es decir, si los empleados son quienes generan y distribuyen continuamente nuevo conocimiento dentro de la empresa)
2. Nivel y fuentes de aprendizaje externo (entrada de conocimiento procedente de fuentes externas — adquisición o imitación— y posterior transferencia dentro de la organización)
3. Aprendizaje incremental (es decir, explota el conocimiento que existe en la empresa, y gradualmente aumenta la base de conocimiento de la empresa)

Metodología

4. Aprendizaje radical (es decir, explora nuevo conocimiento, y, en consecuencia, cuestiona y modifica continuamente los supuestos fundamentales de la empresa)
5. Velocidad de aprendizaje elevada, en tanto que aplica con gran rapidez el conocimiento nuevo existente en el mercado.
6. Si la organización está muy centrada en determinadas áreas de conocimiento y porqué si no suele integrar (es decir, combinar) diferentes fuentes de conocimiento.

Resultados esperados

- ▶ En relación a las estrategia de creación y gestión del conocimiento se tratará de determinar en qué medida las estrategias de creación y gestión de conocimiento de las empresas permiten establecer diferencias en los resultados globales que obtienen.
- ▶ Con este input de información se llevará a cabo un análisis que permita determinar si la variable de desempeño global diferiría significativamente entre las empresas manufactureras analizadas.
- ▶ Los resultados obtenidos serán significativos mientras se logre un nivel de confianza aceptable y, en dado caso, si se miden los resultados organizativos mediante la variable de desempeño global, se deberá aceptar el supuesto de que las empresas difieren en su nivel de resultados en función de la estrategia de conocimiento que adoptan.

2^{ER}. COLOQUIO DE INVESTIGACIÓN EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y GESTIÓN PARA EL DESARROLLO.

“GESTIÓN Y GOBERNANZA: ACTORES E INSTITUCIONES”

¡Muchas Gracias!