



“CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN 2014”
Multidisciplinario
10 y 11 de abril de 2014, Cortazar, Guanajuato, México
ISBN: 978-607-95635

CARÁTULA CON DATOS GENERALES

Título del trabajo

Ponencia Temática:

Las Redes Sociales como Herramienta de Gestión del Conocimiento para la Innovación en las MiPyMES.

Mesa de trabajo: Nuevas Tecnologías.

Datos Generales de los Autores

MAD. Oscar Yahev Carrera Mora – yahev@hotmail.com

Maestro en Alta Dirección, Estudiante del Doctorado en Ciencias Administrativas y Gestión para el Desarrollo en la Facultad de Contaduría y Administración, Universidad Veracruzana, Campus Xalapa, Ver.

MGC. Noé Cortés Viveros - caballero_blanco91@hotmail.com

Maestro en Gestión de la Calidad, Estudiante del Doctorado en Ciencias Administrativas y Gestión para el Desarrollo en la Facultad de Contaduría y Administración, Universidad Veracruzana, Campus Xalapa, Ver.

DR. Jerónimo Domingo Ricárdez Jiménez - jricardez@uv.mx

Doctor en Ciencias Económicas, Profesor de Tiempo Completo de la Facultad de Contaduría y Administración, Universidad Veracruzana, Campus Xalapa, Ver.

LAS REDES SOCIALES COMO HERRAMIENTA DE GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO PARA LA INNOVACIÓN EN LAS MIPYMES.

Resumen

Hoy en día la tendencia para todas las organizaciones es la gestión del conocimiento, término que se sitúa en el aprendizaje de los individuos y de sus ambientes que rodean a la organización tanto internos (personas que pertenecen a la organización) como externos (clientes, proveedores, gobierno); estos interactúan compartiendo experiencias de los procesos cotidianos de la organización, aprendizaje e información que pudiesen convertirse en innovación a través de la exteriorización de esos conocimientos.

Así mismo una fuente importante de conocimiento en los procesos organizacionales actuales son las TIC's con herramientas que podrían ser un motor importante para la gestión del conocimiento dado el caso del fenómeno actual denominado Redes Sociales en las cuales fluye conocimiento (Tácito y Explicito) a través del internet.

Esté conocimiento fluye en las redes sociales de la misma forma como en la propuesta de Nonaka y Takeuchi (1995) representado en el cuadro del aprendizaje en espiral del conocimiento; de tal forma que se pueden clasificar las diferentes gamas de redes sociales (Facebook, Twitter, YouTube, etc.) ubicándolas en cada cuadrante de socialización, exteriorización, combinación e interiorización de acuerdo a su función de conversión del conocimiento.

Está alternativa es una herramienta de tecnología más accesible de gestión del conocimiento para las MiPyMES comparadas con sistemas de información con los que cuentan grandes empresas como lo son intranet, groupware, dataware, CRM, etc.

Palabras Clave: Redes Sociales, Gestión del Conocimiento, innovación.

Abstract

Today the trend for all organizations is knowledge management, this term is situated in people's learning and their environments surrounding both internal organization (people, who belong to the organization) and external (customers, suppliers), they interact by sharing experiences of everyday organizational processes, learning and information that could become innovation through the externalization of that knowledge .

Also an important source of knowledge on current organizational processes are ICT tools that could be an important engine for knowledge management in current phenomenon called Social Networks in which knowledge flows (tacit and explicit) to through the internet .

This knowledge flows in social networks in the same way as in the proposal of Nonaka and Takeuchi (1995) shown in the table learning spiral of knowledge so that you can sort the different ranges of social networks (Facebook, Twitter, YouTube, and others). We placed them in each quadrant of socialization, externalization, combination and internalization according to their knowledge conversion function.

This alternative is a technology tool more accessible of the knowledge management for MSMEs compared with information systems that have large companies such as intranet, groupware, dataware, CRM, etc.

Key Words: Social Media, Knowledge Management, Innovation

1. INTRODUCCIÓN

“El interés por las micro, pequeñas y medianas empresas (MiPyME) se ha acrecentado en los últimos años”, debido a que “el nuevo escenario internacional caracterizado por las prácticas mencionadas, así como la apertura comercial de los países y la difusión de las tecnologías de la información y de la comunicación (TIC), está generando nuevas oportunidades para el desarrollo de las MiPyMES”. Santos, M. y De Gortari, R. (2010).

Sin duda la red más importante de hoy en día es el Internet, puesto que ha evolucionado rápida y continuamente durante estas últimas dos décadas, trayendo consigo cambios impactantes en la sociedad y en los negocios, pasando de una sociedad de industrial a una situada en la información con una actual evolución denominada, la sociedad del conocimiento, que sitúa al capital intelectual como base en la organización y la gestión del conocimiento como principio para innovar.

1.1. Gestión del Conocimiento

“Consiste en un conjunto de técnicas, herramientas y prácticas que persigue la creación, distribución, almacenamiento y aplicación del conocimiento, tanto en el seno de la empresa como dentro de una red de empresas” (Alegre, J., 2004).

“La gestión del conocimiento es una herramienta indispensable para enfrentar los nuevos desafíos que impone la globalización. Difunde, continuamente, información entre todos los miembros de la organización, a los clientes, proveedores y a la sociedad en general”. (Valencia, 2007).

Por tal la gestión del conocimiento es una estrategia empresarial que garantiza que el conocimiento adecuado vaya a las personas apropiadas en el momento oportuno, y, además, les ayude a compartir y a utilizar la información para que la empresa pueda mejorar su acción organizativa.

La percepción de la gestión del conocimiento que aquí se emplea es el espiral del conocimiento de Nonaka y Takeuchi. Por lo que es importante identificar que de acuerdo a estos dos autores existen dos tipos de conocimientos el tácito y el explícito.

1.1.1. Conocimiento tácito y Explícito

El conocimiento tácito “hace referencia al conocimiento que interiormente la persona tiene y que presenta bastante dificultad para ser transmitido a otras personas” (Nonaka y Takeuchi, 1995; citado en Santillán, M. 2010). Pero no todo el conocimiento está interiorizado en una persona, sino que también se encuentra en diferentes documentos como diagramas de flujo, manuales de organización; el conocimiento explícito es “aquel conocimiento que ha sido o puede ser articulado, codificado y almacenado en algún tipo de medio y es de fácil transmisión” (Nonaka y Takeuchi, 1995; citado en Santillán, M. 2010)

“De la consideración de estos dos tipos de conocimiento se deriva que la problemática de la generación de conocimiento organizacional reside, principalmente, en cómo extender el conocimiento individual al resto de la organización y que este mismo conocimiento compartido vuelva a generar nuevos conocimientos individuales y colectivos, dando lugar a la denominada “espiral de conocimiento (Nonaka y Takeuchi, 1995)”.

Por lo que el conocimiento puede ser transmitido de diferentes maneras: de tácito a tácito (socialización), donde las personas se comunican y se transmiten experiencias de éxitos y fracasos en el desarrollo de sus actividades (experiencias); de tácito a explícito (exteriorización) las personas discuten, reflexionan y critican sus experiencias —conocimiento tácito— para desarrollar conceptos a partir de metáforas y/o analogías; de explícito a explícito (combinación) “se genera a través de la distribución del conocimiento recién creado por redes de la organización, originando con ello conocimiento sistemático; y de explícito a tácito (interiorización) asociado al Learning by Doing (experiencia), creando con esto conocimiento de tipo operacional” (ver figura 1) (Barragán, A, 2009).

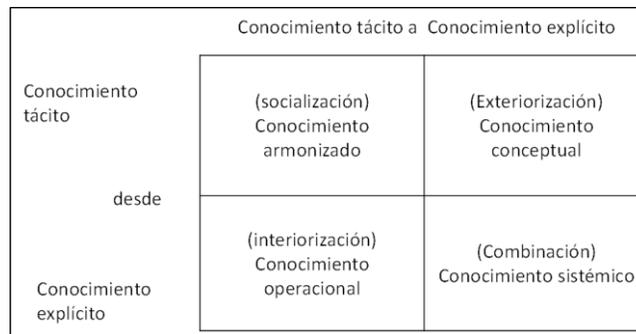


Fig 1. Contenido del conocimiento creado por las cuatro formas

Fuente: Nonaka y Takeuchi, 1999 citados en Barragán, A., 2009.

Por lo que uno de los principales retos organizacionales de este siglo XXI, ha tenido una especial importancia en generar las habilidades necesarias para generar el conocimiento y transferirlo con el fin de conseguir empresas más productivas y estables lo cual las vuelva más competitivas gracias a su capacidad de innovar y presentar mejores propuestas en el mercado global.

1.2. Innovación

Por lo general cuando escuchamos sobre innovación se evoca a la invención, pero realmente hay una diferencia importante ya que “la invención reposa sobre teorías, los principios y surge con frecuencia en los laboratorios. Implica una novedad, a diferencia de la innovación, que es combinada frecuentemente a lo conocido” (Julien y Molina, 2012). La innovación en la organización “frecuentemente es el efecto de una secuencia de pequeños cambios, algunos simples que requieren una respuesta llena de astucia para un problema de producción en los equipos o finalmente en los productos” (Julien y Molina, 2012).

La innovación, entendida como la capacidad de la empresa para generar soluciones ingeniosas, creativas y rentables de manera que atienda a las necesidades, expectativas y demandas de los consumidores, mercados y sociedad en general, es el factor dinamizador de la competitividad de una organización. Por consiguiente, “se requiere que las organizaciones desarrollen habilidades y dispongan de recursos para dinamizar los procesos de innovación” (Nagles, 2007).

Dentro de las TIC's existe una variada gama de opciones que nos permiten almacenar el conocimiento con el fin de poderlo transmitir a todos los integrantes de la empresa, "especial importancia en la evolución de las TIC tiene el desarrollo del software, que ha permitido la aparición de avanzadas herramientas informáticas de gestión con nuevas funcionalidades y aplicaciones empresariales, entre las que se pueden destacar las siguientes: Intranets, Software de Simulación y realidad virtual, Datamining, Datawarehouse, Groupware, CRM, ERP's, entre otros". Pérez, D; Dressler, M. (2007), con lo cual al compartir el conocimiento podemos innovar en la organización.

Las aplicaciones empresariales mencionadas en el párrafo anterior tienen altos costos tanto de adquisición como de implementación por lo cual son utilizadas normalmente por grandes empresas con posibilidades económicas ampliamente marcadas con estructuras jerárquicas bien definidas que cuentan con departamentos informáticos que coadyuvan al beneficio del conocimiento, sin embargo las TIC's son necesarias para poder formar canales de gestión y distribución del conocimiento por lo que para las MiPyMES debemos buscar otra alternativa que permita contar con TIC's a menores costos con el beneficio de gestionar el conocimiento y por tanto tener herramientas para innovar y competir en el mercado globalizado .

1.3. MiPyMES

En nuestro entorno en el cual "en México, el 95.5% de las empresas son micro (más o menos, en una década oscilan en el mismo porcentaje de acuerdo con los datos: 1993, 95.8%; 1998: 95.9%, y 2003, 95.5% ; el 42.1% del personal ocupado total se encuentra en las micros, el 17.7% en las pequeñas, el 16.1% en las medianas y el 27.1% en las grandes" (INEGI, 2004; citado en Contreras, R. López, A. y Molina, R., 2011), como podemos observar las MiPyMES en México son el grupo de empresa mayoritario, aun así, es un sector demasiado desprotegido en la utilización de las TIC's, incluso en la aplicación de teorías administrativas.

Por lo cual consideramos de gran importancia enfocar nuestros esfuerzos para investigar sobre sus capacidades, sus recursos y sobre todo realizar propuestas enfocadas a recomendaciones de la gran gama de TIC´s —que existen y que son utilizadas hasta por la más pequeña de las empresas en México— “especialmente, las que tienden a mejorar la capacidad de las MiPyME en materia de búsqueda de información tecnológica, de tratamiento, de evaluación y de aplicación de la misma, su capacidad de introducción y de gestión de nuevas tecnologías, así como su capacidad de procurarse recursos adicionales” (Conteras, R., *et al*, 2011)

En la actualidad la tendencia de la comunicación gira entorno a las redes sociales un concepto que domina a los individuos en los últimos años.

1.4. REDES SOCIALES

Es importante entender a las redes sociales como un fenómeno que afecta al individuo a nivel sociológico, influyendo en su comportamiento y roles de vida, lo que nos lleva a un entorno social dentro de lo laboral y personal, de tal modo que orientándonos a la modernidad y actualidad a perspectiva personal “una red social son grupos de personas que interactúan entre sí, mediante dispositivos informáticos proporcionados por las TIC a través de una conexión a internet”.

“Las redes sociales permiten una nueva forma de comunicarse, de relacionarse y de crear comunidades”, (Varas Rojas, 2009). Así mismo Haythornthwaite (2005) “señala que lo que diferencia a las redes sociales no es que permiten a los individuos conocer a desconocidos, sino que permiten a los usuarios articular y hacer visibles sus redes sociales”. Esto puede dar lugar a las conexiones entre los individuos de diferentes grupos sociales ya que de otra forma sería menos probable conocerse.

Debemos considerar que una MiPyME es una organización con características propias y que interactúa con su medio ambiente contando con ambientes internos (personas que pertenecen a la organización) como ambientes externos (clientes, proveedores).

2. METODOLOGÍA

La investigación se realiza bajo una perspectiva cualitativa y como propuesta en la cual se pueden determinar factores de observación delimitados a través de un campo de estudio, en empresas que cuentan con tecnologías de información y comunicación así como la aplicación de las redes sociales como estudio piloto con el fin de verificar que su capital intelectual tiene la habilidad en el uso de estas herramientas a través del planteamiento del problema representado en la fig. 2.

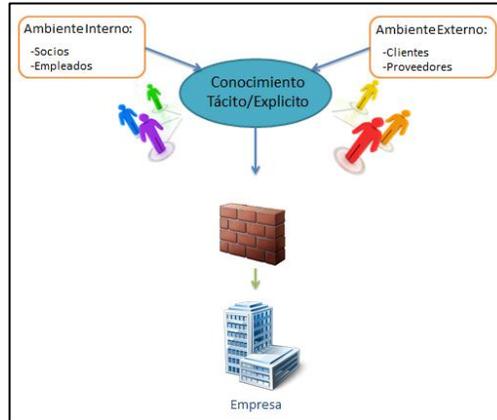
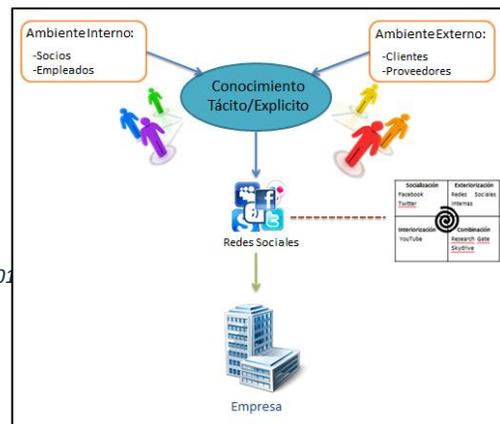


Fig. 2. Planteamiento del Problema.

Fuente: Elaboración propia.

3. RESULTADOS

Visto lo anterior la mayoría de empresas giran dentro del rubro de la MiPyME, y para este grupo de empresas “en el sentido común se piensa que las TIC’s son herramientas demasiado costosas y que no están al alcance de ellas, ya que “el recurso económico que requieren las pequeñas empresas es principalmente para invertir en el crecimiento organizacional, solventar problemas eventuales, y pagar a los empleados” (Conteras, R., et al, 2011), por lo que establecer aplicaciones informáticas y de tecnología avanzada para la gestión del conocimiento se vuelve prácticamente imposible. Por lo que las redes



sociales como Facebook, twitter, MySpace, y canales de información como dropbox, skydrive; se vuelven una herramienta idónea para la transmisión de conocimiento que hemos posicionado dentro del espiral del conocimiento de Nonaka y Takeuchi que posibilitan la conversión del conocimiento tanto del ambiente interno como el externo teniendo la posibilidad de contar con herramientas de TIC's al alcance de MiPyMES ofreciéndoles la capacidad de innovar, como se muestra en la Fig. 3 y 4.

CONCLUSIONES

A través de este estudio podemos visualizar la importancia que tienen las redes sociales hoy en día en la gestión del conocimiento, permitiendo establecer un canal informal de comunicación entre los actores que interactúan con la empresa, formando grupos sociales por medio de conexiones bajo un control en la web, donde a partir de ello la MiPyME puede establecer patrones de comunicación, "libres y sin costos", compartiendo las experiencias suscitadas en la cotidianidad del individuo y las soluciones dadas a situaciones espontaneas que no están normadas en el plan formal de la empresa, así como de las necesidades de los clientes y proveedores que pueden externalizarse por estos canales de comunicación.

Por lo que está propuesta de inserción de TIC's a través de las redes sociales como lo es Facebook, YouTube, Twitter, MySpace, DropBox, etc; ofrece la alternativa a las MiPyMES de contar con una herramienta de las TIC's que permita distribuir el conocimiento que se presenta, debido a que estas se consideran una variable accesible de comunicación en la web y son mayormente económicas que aplicaciones como CRM, ERP's, groupware, datawarehouse, intranet's, etc.; por lo que pueden permitir a este tipo de empresas tener la posibilidad de gestionar el conocimiento tanto de su ambiente interno como de su ambiente externo lo cual les permita tener variables que se representen en innovación. Posibilitándoles una idea básica e inicial de la importancia que tiene gestionar el conocimiento y expandirlo en todos los canales posibles.

BIBLIOGRAFÍA

- ALEGRE, J. (2004). La gestión del conocimiento como motor de la innovación: lecciones de la industria de alta tecnología para la empresa. Castelló de la plana: Publicacions de la Universitat Jaume I.
- AMAYA, KARINA; LRIARTE, MARÍA; PEROZO, DULCE. (2006). Gestión del conocimiento como capacidad interna. Telos, Mayo-Agosto, 250-265.
- CREECH, H.AND WILLARD, T. (2000). Strategic Intentions: Managing knowledge networks for sustainable development. IISD.
- CONTRERAS, R. LÓPEZ, A. Y MOLINA, R., (2011). Emprendimiento dimensiones sociales y culturales en las Mipymes. México: Pearson.
- GARCÍA, M. (2013). El rol de las tecnologías de la información y comunicación en la gestión del conocimiento: un desafío estratégico en el nuevo contexto empresarial. Revista de Ciencias Sociales (Ve), Abril-Junio, 322-333.
- JULIEN, P. MOLINA, R. (2012). Una teoría sobre el emprendimiento regional de la economía del conocimiento. México:Pearson.
- MIGDALIA PEROZO B., (2004) Gestión del conocimiento en la capacitación para la innovación, Revista Venezolana de Análisis de Coyuntura, vol. X, núm. 2, julio-diciembre, 2004, pp. 117-129.
- NAGLES G., NOFAL. (2007). la gestión del conocimiento como fuente de innovación. Revista Escuela de Administración de Negocios, Septiembre-Diciembre, 77-87.
- NORTH, K. RIVAS, R. (2008). Gestión del conocimiento, una guía práctica hacia la empresa inteligente. Buenos Aires: Libros en red.
- NONAKA, I.; TAKEUCHI, H. (1995). "The Knowledge-creating company. How japanese companies create the dynamics of innovations". Oxford University Press, New York.
- PÉREZ, D; DRESSLER, M. (2007). Tecnologías de la información para la gestión del conocimiento. Intangible Capital, enero-marzo.
- SANTILLÁN, M. (2010). Gestión del conocimiento, el modelo de gestión de empresas del siglo XXI. España: Netbiblo, S. L.

- SANTOS, M. Y DE GORTARI, R. (2010). Aprendizaje e Innovación en Microempresas rurales. 1era. Ed. México. UNAM, Instituto de Investigaciones Sociales, Universidad Veracruzana.
- VALENCIA, M. (2009). La Competitividad un estudio en las PyMES desde la Gestión del Conocimiento. Ponencia presentada en la XLIV Asamblea anual 2009. Guayaquil, Ecuador. 2009, noviembre.
- VARAS-ROJAS, L.E. (2009). Imaginarios sociales que van naciendo en comunidades virtuales: Facebook, crisis analógica, futuro digital.