



CAPÍTULO I

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El concepto de administración del conocimiento tiene que dejar de ser ignorado por las empresas mexicanas, en un entorno económico regido por la globalización, los empresarios no pueden pasar por alto el aprendizaje que día a día surge en todos los niveles de la empresa, puesto que este conocimiento ayudaría a las empresas a ser más eficaces y más competitivas.

Las ventajas competitivas con que cuentan las empresas en el siglo XXI han dejado de ser los activos tangibles, en estos momentos el activo más rentable para las empresas es el intelectual, es decir, el conocimiento y la experiencia de cada empleado en la empresa, ya que éste no se puede ir a comprar a una tienda. Estamos convencidos que para poder seguir en el mercado, es necesario tener una innovación permanente, a través de la aplicación del concepto de la administración del conocimiento.

Las grandes compañías mundiales están apostando todo a la administración del conocimiento. El principal objetivo de estas empresas es que sus empleados puedan transmitir todo su conocimiento y experiencia a toda la empresa, a través de herramientas y conceptos que la administración del conocimiento sugiere. Es importante mencionar que si se logra transmitir el conocimiento individual a toda la organización, estaremos hablando realmente de una ventaja competitiva y de un aprendizaje organizacional.

Recordemos que la mayoría de las empresas mexicanas se rigen aún con un modelo económico obsoleto; que se caracteriza por tener un sistema de producción en serie, establecida en un mercado local y físico, con productos estandarizados, uniformes y con deseables ciclos de vida largos, planeación de la producción por pronóstico y mano de obra barata.



Hoy en día las empresas de México deben tener la inteligencia para responder a una velocidad que, al menos, iguale a la cambiante dinámica del mercado. Deben tener una estrategia de negocios que le permita a la organización acelerar la velocidad con que maneja los nuevos retos y oportunidades en el mercado, recurriendo al factor más importante en la empresa: el conocimiento. Para que las organizaciones puedan seguir siendo competitivas, no deben basarse únicamente en lo que haya funcionado en el pasado, deben basarse, en la capacidad de regenerar continuamente ese conocimiento y volver a proyectarlo, para tener la sabiduría con la que puedan enfrentar el mercado del mañana.

Los nuevos modelos administrativos se enfocan principalmente a las grandes empresas, las cuales cuentan con una infraestructura económico-intelectual para realizar cambios en su planeación estratégica, pero muy pocas veces se enfocan estos modelos a las empresas micro, pequeñas y medianas que en su mayoría conforman la base económica y social de México y por lo general, la situación financiera de estas, es a manera de sobrevivencia.

Finalmente, se espera que la administración del conocimiento no sea otro *boom* mercadológico como lo han sido la reingeniería y otros modelos de negocios, que sólo traen soluciones en el corto plazo y no proporcionan herramientas para enfrentar las situaciones en un marco global cada día más competitivo e incierto. Pongámonos a pensar que alguien más en estos momentos está pensando en aprender lo que ha descubierto, mejorarlo y está decidido en ir más adelante, está adelantándose a innovar.

1.2 Objetivo general

Identificar y proponer una serie de herramientas que sirvan como modelo de administración del conocimiento que se pueda implantar en las Pymes, para hacerlas más competitivas e incrementar su capacidad de enfrentar el entorno global.



1.3 Objetivos específicos

- Ayudar a las Pymes a utilizar prácticas de administración del conocimiento como ventaja competitiva sustentable.
- Proponer una serie de procesos para que las empresas puedan implantar la práctica de administración del conocimiento.
- Incrementar la capacidad de las pequeñas y medianas empresas para enfrentar los desafíos constantes de la globalización.
- Ayudar a las Pymes para que tengan un nivel de competitividad más elevado.
- Que el conocimiento se vuelva el activo más efectivo y productivo para las empresas y que éste pueda transmitirse a toda la organización.

1.4 Justificación

En la actualidad, la atención mundial se encuentra centrada en la administración del conocimiento, en la información y experiencias que han tenido las empresas, además de como se puede aprender a documentar la información para ser utilizada y reutilizada para enfrentar retos; el conocimiento nos da una mejor perspectiva del futuro.

Sin embargo, la dinámica del cambio es inevitable, y la administración del conocimiento debe de estimular la inteligencia e innovación constantes, que al menos esté al ritmo de la dinámica del mercado, recordemos que el principal competidor a vencer es uno mismo, la nueva cultura a implantar es, aprender a aprender.



Las micro, pequeñas y medianas empresas, tienen entre sus limitantes: muy poca cultura de innovación y desarrollo tecnológico, sus recursos humanos son limitados al igual que sus fuentes de financiamiento. La contraparte, es que por su naturaleza de constitución pueden tener un alto grado de adaptabilidad ante su entorno, es por eso que surge la necesidad de que alguien tome en cuenta a las Pymes y proponga adaptar algún modelo de administración del conocimiento, para que sean pioneras en implantación y uso de este modelo.

Por último, como datos estadísticos adicionales y para sustentar este trabajo, recordemos que las Pymes constituyen un sector estratégico para el desarrollo económico y social de México, ya que contribuyen con el 40 % de la inversión y P.I.B. nacional, generan 64 % de los empleos, las Pymes representan más del 95 % del total de las empresas del país, en números las Pymes son 2.6 millones de las 2.8 millones unidades económicas del país.

1.5 ALCANCES

- La tesis se enfocará únicamente en la Ciudad de Puebla.
- Este estudio se aplicará a Pymes y a franquicias pequeñas que entren en el concepto del mismo.
- El estudio de tesis aplica a entidades económicas que estén en vías de desarrollo.

1.6 LIMITACIONES

- El proyecto no aplica para empresas grandes, ni empresas que no se encuentren en la Ciudad de Puebla.
- El estudio no será útil para franquicias que por política de constitución no puedan modificar su modelo administrativo.



- No aplica a Pymes que por naturaleza no tengan campo de crecimiento.

1.7 CAPITULACIÓN

En el capítulo I se muestra la perspectiva de la situación actual de las empresas, la problemática de la dinámica del entorno, así como el objetivo general y específico, la justificación de este trabajo de tesis, al igual que los alcances y limitaciones del mismo.

En el capítulo II nos centraremos en el marco teórico, analizaremos las teorías que más se adecuen a nuestro tema como lo pueden ser, el modelo de Nonaka y Takeuchi, en el cual se explica con detalle, el conocimiento y sus tipos de conversión, también como lo fue el modelo de Tejedor y Aguirre, el cual se enfoca en los factores condicionantes del conocimiento, así como un modelo que tenga tanto la tecnología como el conocimiento en uno mismo.

En el capítulo III presentaremos la metodología utilizada para la realización de la tesis, así como la determinación del instrumento de investigación a utilizar, también las fuentes primarias y secundarias que sustentaran el trabajo, y se hará el análisis de los resultados obtenidos.

En el capítulo IV se llevara acabo la aplicación del instrumento que nos servirá para poder valorar el impacto que este tenga y ver como se va desempeñando, procesar los datos y analizarlos, observar si no es necesario incrementar nuevas aplicaciones o mejoras al instrumento.

En el capítulo V se expondrán los resultados arrojados por la investigación, también se pondrán observaciones y sugerencias que se tuvieron durante la realización del mismo.

En el capítulo VI por último se elaborará una conclusión con opinión propia.