

ISSN: 2594-0937

REVISTA ELECTRÓNICA MENSUAL

Debates sobre Innovación

DICIEMBRE
2019

VOLUMEN 3
NÚMERO 1

XVIII Congreso Latino Iberoamericano de Gestión Tecnológica
ALTEC 2019 Medellín



Casa abierta al tiempo

UNIVERSIDAD
AUTÓNOMA
METROPOLITANA
Unidad Xochimilco



MEGI
MAESTRÍA EN ECONOMÍA, GESTIÓN
Y POLÍTICAS DE INNOVACIÓN



LALICS

LATIN AMERICAN NETWORK FOR ECONOMICS OF LEARNING,
INNOVATION AND COMPETENCE BUILDING SYSTEMS

Estrategias para la gestión de conocimiento. Microempresas sector comercio del altiplano oriente antioqueño.

Lina Clemencia Castaño Osorio

Servicio Nacional de Aprendizaje SENA, Centro de la Innovación, la Agroindustria y el Turismo, Colombia
lccastano@misena.edu.co

Resumen

Las microempresas del sector comercio ocupan un importante renglón en la economía colombiana, con un alto impacto en la generación de empleo y en el mejoramiento de la calidad de vida de los comerciantes y sus familias, uno de los factores relevantes en el sostenimiento de este tipo de empresas está relacionado con la innovación, desde el componente de gestión del conocimiento, que permite realizar una caracterización y potencialización de la información que se maneja al interior, como parte del conocimiento de su producto y de su modelo de negocio.

El objetivo principal del presente análisis ha sido de determinar el nivel de madurez de las microempresas en relación a la gestión del conocimiento, en el sector comercio en los municipios del Altiplano del Oriente Antioqueño, para lo que se realizó un estudio en 57 microempresas en las que. Primero se hizo un análisis de la información encontrada en las principales bases de datos, con esta información se hizo la elección del instrumento más apropiado para identificar estos niveles de madurez, posteriormente, se aplicó y se pudo determinar los niveles de madurez de la gestión del conocimiento en las microempresas del sector comercio en la subregión del Oriente Antioqueño.

Los principales resultados muestran que el sector comercio tiene un nivel de madurez 2, es decir inicial, sin embargo, se logra evidenciar que se realizan avances hacia el mejoramiento de los diferentes procesos en torno a la gestión del conocimiento, como implementar prácticas, estandarizar uso de herramientas, hacer algún tipo de seguimiento y control mediante indicadores, finalmente se proponen estrategias enfocadas a los niveles encontrados en los que se pretende generar beneficios para el negocio a partir del conocimiento adquirido, y encontrar en este, un factor de innovación que permita su posicionamiento y sostenimiento en el mercado.

Palabras clave

Estrategia, Gestión de conocimiento, Microempresas, Sector comercio, Oriente Antioqueño

1 Introducción

En las microempresas, generalmente el proceso de gestión del conocimiento es de carácter informal y no sistemático, ya que busca el aprovechamiento de oportunidades del negocio y por lo general, proviene de la exigencia y de las necesidades de los clientes, o de la reacción a circunstancias inducidas por la competencia, aunque a través de sus diferentes acciones se está moldeando una cultura enfocada hacia la creatividad, el emprendimiento y la innovación (Robayo, 2016).

Sin embargo, aunque los procesos no se lleven a cabo de manera estructurada, las empresas tienen procesos organizados no conscientes y que estén aportando al desarrollo de su capital intelectual aún sin darse cuenta.

Muchas veces esto se da, por la baja importancia que en las empresas se le ha dado en general a la gerencia del conocimiento, consecuente a esto no priman los beneficios relacionados con mejoras en la comunicación organizacional, a los procesos de solución de problemas en la organización, al proceso de toma de decisiones, a la dinámica innovadora de los productos o procesos productivos, al logro de mayor eficacia organizacional, así mismo, a la focalización del servicio al cliente y el diseño o rediseño de estrategias para aumentar la participación en el mercado, entre otros aspectos, que han sido escasos o casi nulos, como se puede observar en el desarrollo de este documento, en la revisión de literatura.

En este sentido, es importante identificar los niveles de madurez de estas microempresas ya que no se evidencia un estudio importante aplicado al sector y a este tipo de empresas, de acuerdo con (Prieto, Meneses, & Vega, 2015).

Los modelos de madurez brindan la posibilidad a las organizaciones de medir y comparar sus iniciativas en diferentes ámbitos, indican el estado actual en el que se encuentra la organización y describen el camino hacia dónde debe moverse desde su ubicación actual. Estos autores también mencionan que existen diversos modelos de madurez para una gran variedad de ámbitos (Gestión de Proyectos, Inteligencia de Negocios, mejores prácticas para el proceso de desarrollo de software, entre otros) y que algunos han surgido de la academia y otros de organizaciones tanto privadas como públicas (Montañez & Lis, 2017).

Se debe tener en cuenta, que es justo una buena gestión o gerencia del conocimiento lo que está permitiendo a las empresas, y por ende a los Estados, ser cada vez más competitivos, y lo que contribuye al desarrollo de la sociedad en general, que para el caso colombiano es un imperativo inaplazable en este momento (Bernal, Frost, & Sierra, 2014)

De esta manera, se hace necesario identificar, diseñar e implementar estrategias que respondan a las particularidades de cada organización y que la apoyen con miras a un mejor aprovechamiento del conocimiento tal que este agregue valor a su respectiva competitividad y la del país (Bernal et al., 2014).

Los resultados permiten observar que las microempresas en Colombia poseen grandes ventajas competitivas en cuanto a su saber hacer, que algunas veces parte de una herencia familiar, que comienza siendo empírica, pero a la que hace falta potenciar estas ventajas para mejorar su posicionamiento, fortaleciendo ese conocimiento a nivel global, apoyándose en las nuevas herramientas tecnológicas y de conocimiento existentes, que les permiten ir más allá de su ubicación geográfica.

Por lo que se propone unas estrategias para mejorar los niveles de gestión del conocimiento, no sin antes, realizar una juiciosa revisión de literatura para elegir el mejor modelo de niveles de madurez trabajado con más éxito y ajustado a las microempresas del sector comercio de la región elegida en el Oriente Antioqueño Colombiano.

2 Metodología

La metodología aplicada es de naturaleza mixta, respondiendo al área de estudio en el marco del cual se realiza la presente investigación, respecto a las diferentes percepciones de los

microempresarios del Sector Comercio del Altiplano del Oriente Antioqueño, de esta manera, la metodología de trabajo incluyó la realización de una revisión de literatura sobre los modelos que miden el nivel de madurez en gestión del conocimiento con el fin de construir un marco teórico que permitió determinar las áreas claves más relevantes para lograr determinar los niveles según las variables identificadas.

De acuerdo a esto, se construyó un instrumento de recolección de información con 15 preguntas enfocadas en 4 áreas del conocimiento, se realizaron un total de 57 entrevistas estructuradas, que permitieron identificar los niveles de madurez en gestión de conocimiento, luego se realizó una caracterización mediante la cual se realiza una clasificación del estado actual de las microempresas del sector comercio.

Finalmente, el análisis de la información recogida sirvió como guía para proponer las estrategias que orientan al mejoramiento de los niveles de madurez en gestión del conocimiento en la población objeto de estudio, que permitirán que cuando el microempresario realice su aplicación tenga un aumento de su nivel de madurez, y que, como consecuencia final, se convierta en la gestión tecnológica a través del factor de la gestión del conocimiento.

La segunda fase fue un análisis descriptivo a partir de la aplicación de dicho instrumento en 57 microempresas del altiplano del oriente antioqueño, realizado de manera presencial en cada uno de los establecimientos de comercio, se comenzó con el filtro de una base de datos de 6.776 empresas por sector, municipios del altiplano y tamaño, llegando así a una base de datos que posteriormente, se acota a 2.942 microempresas que hacen parte del foco de la investigación.

El 95.9% de las empresas de la Región son microempresas, luego se pudo obtener la información de las microempresas que se dedican al sector comercio y el subsector al que hacen parte, distribuidas como lo muestra la siguiente tabla:

Tabla 1. Número de empresas registradas en el oriente antioqueño, según sectores y actividades económicas en comercio

Fuente: Unidad de Inteligencia Organizacional & SENA (2018)

Descripción de la actividad económica	# empresas	%
Comercio al por menor en establecimientos no especializados con surtido compuesto principalmente por alimentos bebidas o tabaco	1.578	23,30%
Comercio al por menor de prendas de vestir y sus accesorios (incluye artículos de piel) en establecimientos especializados	875	12,90%
Comercio al por menor en establecimientos no especializados con surtido compuesto principalmente por productos diferentes de alimentos (víveres en general) bebidas y tabaco	555	8,20%
Comercio al por menor de artículos de ferretería pinturas y productos de vidrio en establecimientos especializados	372	5,50%
Comercio al por menor de productos farmacéuticos y medicinales cosméticos y artículos de tocador en establecimientos especializados	316	4,70%
Comercio al por menor de otros artículos domésticos en establecimientos especializados	257	3,80%

Comercio al por menor de productos agrícolas para el consumo en establecimientos especializados	235	3,50%
Comercio al por mayor de materias primas agropecuarias animales vivos	231	3,40%
Comercio al por menor de libros periódicos materiales y artículos de papelería y escritorio en establecimientos especializados	201	3,00%
Comercio al por menor de carnes (incluye aves de corral) productos cárnicos pescados y productos de mar en establecimientos especializados	193	2,80%
Comercio al por menor de otros productos alimenticios n.c.p. en establecimientos especializados	177	2,60%
Comercio al por menor de todo tipo de calzado y artículos de cuero y sucedáneos del cuero en establecimientos especializados	146	2,20%
Comercio al por menor de otros productos nuevos en establecimientos especializados	143	2,10%

En primera instancia se enviaron vía correo las encuestas a las microempresas según clasificación por número de empleados con menos de 10 personas trabajando en el lugar, a un total de 18 microempresas, tomando como referencia la aplicación del 5% de la población de empresas de cada municipio del altiplano del oriente antioqueño: Rionegro, Marinilla, La ceja, Guarne, El Carmen de Viboral, Santuario, San Vicente, El retiro y La unión. Posteriormente de manera aleatoria se eligieron las microempresas entrevistadas, con comerciantes que aceptaron participar en el estudio.

Para realizar una recolección de información que se facilitara en su análisis se asignó a cada nivel de madurez una valoración numérica como se muestra a continuación:

Tabla 2. *Asignación numérica a los niveles de madurez*
Fuente: *Construcción propia a partir (Arias-Pérez et al., 2016)*

Nivel de madurez	Asignación numérica	Interpretación
No sabe/no responde	0	No conoce el proceso o no se lleva este proceso
Inicial	1	Existen prácticas informales de GC, prima el conocimiento tácito e individual y no existe alineación de las iniciativas de GC con la estrategia del negocio
Exploratorio	2	Hay una definición inicial de GC para la organización y se consideran las implicaciones de su implementación, además se desarrollan proyectos piloto
Usado	3	La organización pone en marcha practicas formales de GC, que están articuladas a la estrategia, los procesos y la cultura
Gestionado	4	Se implementan prácticas de GC avanzadas y estandarizadas, se hace seguimiento y control mediante indicadores y se generan beneficios para el negocio a partir del conocimiento
Innovación	5	Las prácticas de GC se mejoran y optimizan continuamente, la GC se adapta de forma flexible a nuevos requerimientos del negocio y apalanca la innovación

Por último, como entrega final de la investigación, se diseñaron las estrategias, con enfoque en cada una de las clasificaciones anteriormente realizadas, teniendo en cuenta principalmente su estructura y sus necesidades, que permitirán a estas microempresas buscar su sostenibilidad y mayor rentabilidad, a través de procesos de Innovación inmersos en la gestión del conocimiento.

Tabla 3. Ficha técnica del estudio

Fuente: Construcción propia

Unidad muestral	Microempresas del sector comercio
Ámbito de estudio	Altiplano del Oriente Antioqueño
Técnica	Entrevistas cara a cara en las microempresas
Método de recolección	Página en internet con el cuestionario estructurado
Muestreo	Aleatorio
Tamaño de la muestra	57
Fecha de trabajo de campo	Febrero - Marzo 2019

3 Desarrollo

La primera fase de esta investigación ha sido exploratoria y abordada en dos etapas, en primera instancia se realizó una revisión de literatura en bases de datos científicas, libros, revistas indexadas y demás documentos, con el fin de identificar los factores necesarios para proponer estrategias que orienten el mejoramiento de los niveles de madurez en gestión del conocimiento de las microempresas del sector comercio del Altiplano del Oriente Antioqueño.

Se tomó como referencia, la estructura básica de los Modelos de madurez de la gestión del conocimiento desde la perspectiva de Arias-Pérez, Tavera-Mesías, & Castaño-Serna, 2016, en la que tenían los siguientes conceptos relevantes para entender el alcance de este trabajo:

- ✓ Áreas clave: Agrupan las capacidades y prácticas de GC que desarrolla una organización, de acuerdo con la articulación que tengan con elementos como la tecnología, la cultura y los procesos, entre otros.
- ✓ Escala de madurez: Regularmente los modelos de este tipo constan de niveles que indican los distintos estados de las capacidades y prácticas en materia de GC, partiendo de un nivel principiante hasta llegar a un máximo de desarrollo y consolidación de la organización

Se puede ver que en el mismo trabajo de investigación estos autores realizaron un comparativo de los principales modelos de madurez de la gestión del conocimiento encontrada en la revisión teórica, que hace parte del marco teórico de este trabajo.

Tabla 4. Comparativo de los principales modelos de madurez de la gestión del conocimiento

Fuente: Construcción de un modelo de madurez de gestión del conocimiento para una multinacional de alimentos de una economía emergente (Arias-Pérez, Tavera-Mesías, & Castaño-Serna, 2016)

Modelo	Áreas clave	Niveles de madurez
<i>Knowledge journey (KPMG, 2000)</i>	Personas, procesos, contenido, tecnología	<i>Ad hoc</i> , consciente, focalizado, gestionado, céntrico
<i>KMMM (Klimko, 2001)</i>	Genérico	Inicial, descubridor, creador, gestor, renovador
<i>V-KMMM (Weerdmeester, Pocaterra; Hefke, 2003)</i>	Cultura, infraestructura, tecnología	n, n+1, n+2, n+3, n+4, n+5
<i>KPQM (Paulzen et al., 2002)</i>	Organización, personas, tecnología	Inicial, consciente, establecido, cuantitativamente gestionado, optimizado

<i>5iKM3</i> (Monhanty; Chand, 2005)	Personas, procesos, tecnología	Inicial, intención, iniciativa, inteligente, innovador
<i>S-KMMM</i> (Kruger; Snyman, 2005)	Genérico	Inicial, repetido, definido, gestionado, optimizado
<i>KMMM interpretativo</i> (DeSouza, 2006)	Gestión de fuentes, gestión analítica, gestión de significados, gestión de la acción	<i>Ad hoc</i> , reactivo, apreciativo, gestionado, optimizado
<i>I-KMMM</i> (Rasula; Bosilk; Indihar, 2008)	Conocimiento, organización, tecnologías de información (TI)	Nulo, inicial, repetible, definido, integrado
<i>G-KMMM</i> (Pee; Kankanhalli, 2009)	Personas, procesos, tecnología	Inicial, consciencia, definido, gestionado, optimizado
<i>KNM</i> (Hsieh; Lin; Lin, 2009)	TI, cultura, procesos	Conocimiento caótico, conocimiento minucioso, estado GC, GC avanzado, integración de GC
<i>KMMS</i> (Lin; Wu; Yen, 2012)	TI, cultura, procesos	Conocimiento caótico, conocimiento minucioso, estado GC, GC avanzado, integración de GC
<i>KMME</i> (Chen; Fong, 2012)	Mecanismos de gobierno del conocimiento, y procesos de conocimiento	Embrionario, inmaduro, en desarrollo, desarrollado, altamente desarrollado
<i>Brazilian KMMM</i> (Lotti-Oliva, 2014)	Organización, información, cultura, participación y compromiso	Insuficiente, estructurado, orientado e integrativo

En este cuadro se logra evidenciar 4 áreas claves que son las principales a ser estudiadas por su prevalencia en los diferentes modelos: estrategia, cultura, procesos de conocimiento y tecnología, así mismo, una escala con cinco niveles de madurez: inicial, exploratorio, usado, gestionado e innovación, que sirven de guía para describir la evolución de las 15 variables que hacen parte de las áreas clave. A continuación, se resume en una tabla para que sea más claro a la hora de interpretar los resultados finales:

Tabla 5. Áreas claves de la gestión del conocimiento

Fuente: Construcción de un modelo de madurez de gestión del conocimiento para una multinacional de alimentos de una economía emergente (Arias-Pérez et al., 2016)

Áreas clave	Procesos de conocimiento	Conjunto de actividades que habilitan el flujo del conocimiento en los distintos niveles del negocio
	Tecnología	Infraestructura de TIC que apoya la GC
	Estrategia	Vínculo entre la estrategia del negocio y la estrategia de GC
	Cultura	Factores organizacionales que influyen sobre la disposición de los colaboradores hacia la GC
Niveles de madurez	Inicial	Existen prácticas informales de GC, prima el conocimiento tácito e individual y no existe alineación de las iniciativas de GC con la estrategia del negocio
	Exploratorio	Hay una definición inicial de GC para la organización y se consideran las implicaciones de su implementación. Además, se desarrollan proyectos piloto

Usado	La organización pone en marcha prácticas formales de GC, que están articuladas a la estrategia, los procesos y la cultura
Gestionado	Se implementan prácticas de GC avanzadas y estandarizadas, se hace seguimiento y control mediante indicadores, y se generan beneficios para el negocio a partir del conocimiento
Innovación	Las prácticas de GC se mejoran y optimizan continuamente; la GC se adapta de forma flexible a nuevos requerimientos del negocio y apalanca la innovación

La tabla 5 muestra la construcción de un modelo de madurez aplicada en una multinacional de alimentos, en la que destacan la importancia de las cuatro áreas clave: Estrategia, Cultura, Procesos de Conocimiento y Tecnología, así mismo, establecieron con respecto a cada una de las áreas más relevantes del proceso una escala de cinco niveles de madurez: Inicial, Exploratorio, Usado, Gestionado e Innovación (Arias-Pérez, Tavera-Mesías, & Castaño-Serna, 2016b).

Teniendo en cuenta el rigor en la elección del método y la aplicación en el contexto colombiano, se tomó la decisión de aplicar este modelo, teniendo en cuenta que reunía los factores más relevantes para medir los niveles de madurez de toda la literatura revisada, adicional que había sido probado en una empresa de la región, lo que nos permitía un acercamiento en el lenguaje para el tipo de empresa objeto de estudio de esta investigación.

Dado que este trabajo se centra en el análisis de la relación del concepto de Microempresa con la gestión del conocimiento, se buscó establecer información concreta al respecto entendiendo las concepciones que se dan en el ámbito académico al sector específico que es objeto de estudio: comercio, para que de esta manera se pueda realizar una trazabilidad a los conceptos integrales que hacen parte del desarrollo de este trabajo, partiendo de las capacidades que desarrollan empíricamente las microempresas, identificando esos niveles de madurez.

4 Resultados

De los 9 municipios que componen el Altiplano del Oriente Antioqueño solo participaron microempresas ubicadas en los municipios de El Carmen de Viboral, El Retiro, Guarne, La Ceja, La Unión, Marinilla y Rionegro, no participaron microempresas de los municipios de San Vicente y Santuario, siendo las más participativas en el estudio las de Rionegro (59.65%), seguido por las del municipio de La Unión (19.33%):

Tabla 6. Análisis de municipios de la muestra

Fuente: Construcción propia

MUNICIPIO	Conteo	Porcentaje	Acumulado
El Carmen de Viboral	1	1,75	1,75
El Retiro	1	1,75	3,51
Guarne	2	3,51	7,02
La Ceja	3	5,26	12,28
La Unión	11	19,3	31,58
Marinilla	5	8,77	40,35
Rionegro	34	59,65	100
N=	57		

Las microempresas fueron organizadas por subsectores según el producto o servicio que comercializan, teniendo mayor relevancia en la investigación las que comercializan alimentos y bebidas (26,32%) seguido de prendas de vestir (15,79%), productos para el hogar (14,04%) y servicios personales (12,28%)

Tabla 7. Análisis de subsectores de la muestra

Fuente: Construcción propia

SUBSECTOR	Conteo	Porcentaje
Accesorios personales	3	5,26
Alimentos y bebidas	15	26,32
Artículos de papelería	1	1,75
Comercialización de prendas de vestir	1	1,75
Flores	3	5,26
Muebles para el hogar	1	1,75
Otros productos o servicios	6	10,53
Prendas de vestir	9	15,79
Productos para el hogar	8	14,04
Productos para fiestas	2	3,51
Servicio de alquiler de trajes	1	1,75
Servicios personales	7	12,28
N=	57	

El número de empleados de las empresas encuestadas, fue organizado en rangos con el fin de realizar el análisis de la información recolectada, de esta manera se pudo observar que las microempresas tenían empleados en su mayoría en los rangos 1 con un 47,37% y 2 con un 42,11%. Es decir, que las microempresas encuestadas en un 89,48% no tienen más de 5 empleados.

Tabla 8. Análisis de microempresas por número de empleados

Fuente: Construcción propia

Rangos

Entre	Asignación
1 y 2	1
3 y 5	2
6 y 10	3
11 y 15	4
16 o más	5

EMPLEADOS	Conteo	Porcentaje
1	27	47,37
2	24	42,11
3	4	7,02
4	2	3,51
N=	57	

La cantidad de tiempo de la empresa en el mercado, también fue organizada por rangos para poder realizar un buen análisis, de allí se pudo establecer que la mayoría de microempresas entrevistadas son muy jóvenes, con un tiempo en promedio ubicado en los rangos 1 con un 56,14% y el rango 2 con un 22,81%, lo que indica que un total del 78,95% del total encuestado tiene un tiempo en el mercado menor a 10 años.

Tabla 9. Análisis de microempresas por años de constitución

Fuente: Construcción propia

Entre	Asignación
1 y 5	1
6 y 10	2
11 y 15	3
16 y 20	4
21 o más	5

AÑOS EMPRESA	Conteo	Porcentaje
1	32	56,14
2	13	22,81
3	4	7,02
4	5	8,77
5	3	5,26
N=	57	

Análisis por áreas clave

Las áreas clave analizadas, según el modelo elegido son:

1. Procesos de conocimiento

Se valida si se realizan un conjunto de actividades que habilitan el flujo del conocimiento en los distintos niveles del negocio, encontrando en términos generales, que las microempresas tienen un nivel de madurez Inicial en el área clave de los procesos del conocimiento, reconociendo un corto avance hacia un nivel exploratorio.

2. Tecnología

Se analiza la infraestructura de las Tics que apoya la GC, esta área clave también cuenta con un nivel de madurez general en Inicial, aunque se puede ver que avanza hacia el nivel exploratorio, es considerable la falta de conocimiento y claridad sobre el uso de las Tics en los procesos de las microempresas y como se almacena la información a futuro.

3. Estrategia

Se pregunta sobre el vínculo entre la estrategia del negocio y la estrategia de la GC, encontrando que la madurez del área clave de Estrategia es inicial, lo que indica que prima un conocimiento tácito y existen prácticas informales de gestión del conocimiento

4. Cultura

Se verifican los factores organizaciones que influyen sobre la disposición de los colaboradores hacia la GC, se puede visualizar que, aunque se avanza en la toma de conciencia de importancia de compartir información y conocimiento, está área clave sigue teniendo un nivel de madurez Inicial.

Tabla 10. Nivel de madurez por área clave de GC

Fuente: Construcción propia

AREA CLAVE	NIVEL DE MADUREZ				
	Inicial 1	Exploratorio 2	Usado 3	Gestionado 4	Innovación 5
Procesos de conocimiento					
Tecnología					
Estrategia					
Cultura					

Niveles de madurez

Al realizar el análisis del nivel de madurez por municipio, lo primero que se puede observar es que en Rionegro está la mayor concentración de microempresas del oriente antioqueño en el sector comercio con un nivel de madurez 2, es decir inicial.

Se pudo establecer que en el municipio de Guarne es donde las microempresas realizan mayores avances en gestión del conocimiento, ubicándose en el nivel 4, es decir, un nivel gestionado, que, según la interpretación explicada en la metodología, significa que estas microempresas hacen esfuerzos para implementar prácticas de GC avanzadas y estandarizadas, hace algún tipo de seguimiento y control mediante indicadores y se generan beneficios para el negocio a partir del conocimiento.

A modo general, se pudo identificar que los municipios que están más cerca de la ciudad de Medellín cuentan con mejor disposición y gestión del conocimiento, con actividades maduras de manejo de información construidas en los diferentes procesos de la microempresa, incluso desde el año cero, es decir, desde su creación o apertura al mercado.

Gráfica 1. Niveles de madurez por municipio

Fuente: Construcción propia

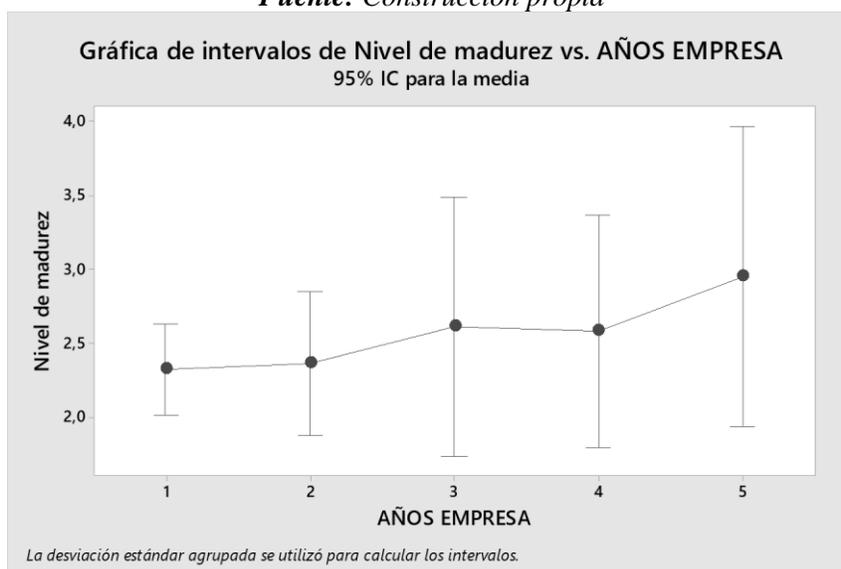


Al analizar los años de constitución de la empresa y los niveles de madurez de esta, se puede visualizar una relación directa entre las dos variables, en la que el nivel de madurez en Inicial o nivel 1 frente a las microempresas que llevan más de 15 años de posicionamiento en el mercado, que llegan a un nivel de madurez gestionado, es decir, realizan de manera consciente prácticas para gestionar su conocimiento a lo largo de los años de su existencia.

De esta manera, se puede deducir que, a medida que pasan los años de constitución de la empresa hay hacia el interior una solidificación de los procesos que se realizan y estandarización de los procesos rutinarios, que apuntan hacia el establecimiento de procesos de gestión de conocimiento organizados de manera espontánea pero disciplinada, para lograr construir una memoria de la organización en cuanto a los procedimientos del día a día.

Gráfica 2. Niveles de madurez por años de constitución de la microempresa

Fuente: Construcción propia



5 Análisis

A continuación, se presentan las estrategias diseñadas, orientadas hacia el mejoramiento de los niveles de madurez en Gestión del Conocimiento, para las Microempresas del Sector Comercio en el Altiplano del Oriente Antioqueño, teniendo en cuenta el hallazgo realizado durante la presente investigación de los niveles de madurez inicial para estas microempresas.

Tabla 11. Estrategias por nivel de madurez de cada área clave de GC

Fuente: Construcción propia

AREA CLAVE	Nivel encontrado	Estrategia planteada
Procesos de conocimiento	Inicial	Generar planes y programas de capacitación, apoyados en las instituciones educativas que existen en los diferentes municipios, teniendo en cuenta, que se pueden realizar convenios, para permitir que los empleados puedan acceder a formaciones en tiempos que no se traslapen con el horario de trabajo. Se pudiera trabajar más adelante en la creación de escuelas del conocimiento en temas de interés para los dueños de las microempresas y otros para los empleados.

Tecnología	Inicial	Generar un gestor documental, donde se maneje la información básica importante que se trabaja cada día, para que se soporte toda la información por medio de formatos eficientes que permitan tener al final de cada día, semana o mes, consolidados de información sobre los cuales se pueda visualizar el estado del negocio y tomar decisiones basados en información capturada en gestores documentales simples, pueden ser manuales y gestores de información.
Estrategia	Inicial	Generar alianzas con instituciones públicas que acompañen procesos importantes de los negocios, como contabilidad, logística, servicio al cliente y administración en general, con el fin de que los empresarios a medida que son acompañados puedan visualizar y aprender las diferentes técnicas que podrán ser apropiadas y ajustadas a su negocio para capturar la información importante y poder transmitirla a nuevas generaciones.
Cultura	Inicial	Realizar un programa de incentivos y capacitaciones para que los empleados de las microempresas tengan un incentivo permanente por realizar bien su labor, adicional generar espacios de integración y recreación para generar sentido de pertenencia por el negocio y un espacio físico para las comunicaciones que permitirá que todos los colaboradores reciban la misma información de manera clara y oportuna.

Se presentan las estrategias organizadas por área del conocimiento, tal como lo muestran los resultados expresados en la Tabla 11. Nivel de madurez por área clave de GC, luego de identificar las acciones de gestión de conocimiento, según el modelo elegido y las respuestas que se recogieron, que les falta realizar a los microempresarios y que serían de gran importancia para la contribución en el mejoramiento de los niveles de madurez y a su vez, a los procesos principales que se dan al interior de estas organizaciones.

6 Conclusiones

En el desarrollo de esta investigación respecto al primer objetivo planteado, de explorar y encontrar un modelo de medición de los niveles de gestión de conocimiento, se pudo observar que falta indagar más en esta área que es bien importante para mejorar el impacto de las microempresas en las economías de los países emergentes.

Dando alcance a la pregunta de investigación planteada en la propuesta: ¿Qué estrategias se pueden proponer para mejorar los niveles de madurez de la gestión del conocimiento en las microempresas del sector comercio en el Altiplano del Oriente Antioqueño?, se pudieron establecer 3 estrategias que enmarcan un trabajo específico que debe abordarse, bien sea desde la academia o desde la empresa privada, para lograr ese mejoramiento de los niveles de madurez esperado en este tipo de empresas, permitiendo que siga siendo este sector el más importante, con unas prácticas precisas que aporten en su posicionamiento en el mercado por largo tiempo.

En términos generales se pudo realizar la validación de la hipótesis de la propuesta de investigación en la que se planteaba que el nivel de madurez de la gestión del conocimiento de las microempresas del sector comercial del altiplano del oriente antioqueño es Inicial, sin embargo, se encontraron algunas microempresas que ya han realizado avances hacia niveles exploratorio, usado y gestionado, de igual manera, los resultados hacia un nivel de madurez en innovación son mínimos.

7 Referencias

Arias, J. E., & Castaño, C. E. (2014). Madurez de las capacidades de innovación en empresas colombianas. *Revista Venezolana de Gerencia*, 19(66), 306–318. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>

Arias-Pérez, J., Tavera-Mesías, J., & Castaño-Serna, D. (2016). Construcción de un modelo de madurez de gestión del conocimiento para una multinacional de alimentos de una economía emergente. *Revista El Profesional de La Información*, pág 88. <https://doi.org/10.3145/epi.2016.ene.09>

Bernal, C. A., Frost, J. S., & Sierra, H. D. (2014). Importancia de la gerencia del conocimiento: contrastes entre la teoría y la evidencia empírica. *Estudios Gerenciales. Revista estudios gerenciales*, 30(130), 65–72. <https://doi.org/10.1016/j.estger.2014.01.011>

Montañez, L., & Lis, J. P. (2017). A propósito de los modelos de madurez de gestión del conocimiento. *Revista de la Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y reflexión* 63–81

Prieto, R., Meneses, C., & Vega, V. (2015). Análisis comparativo de modelos de madurez en inteligencia de negocio. *Revista Chilena de Ingeniería*, 23(3), 361–371. <https://doi.org/10.4067/S0718-33052015000300005>

Robayo, P. V. (2016). La innovación como proceso y su gestión en la organización: una aplicación para el sector gráfico colombiano. *Revista Suma de Negocios*, 7(16), 125–140. <https://doi.org/10.1016/j.sumneg.2016.02.007>

SENA & Centro de la Innovación, la Agroindustria y la Aviación (2018), Unidad de Inteligencia Organizacional