

Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo

Escuela Superior Huejutla





Area Académica: Administración.

Tema: Gestión del Conocimiento y Comercio Electrónico

Profesor: Lic. Rosa Oralia Saenz Hernández.

Periodo: Agosto – Noviembre 2011.





Tema: Knowledge Management and Electronic Commerce.

Abstract

Knowledge Management and Electronic Commerce

Keywords: E-Commerce, Knowledge Management



GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO Y COMERCIO ELECTRÓNICO

ELABORADO POR:

López Bautista Mayreli

Hernández Campoy Perla Yoloxochilt

Gestión del Conocimiento

La gestión del conocimiento es la capacidad que tiene una persona para alcanzar, definir, evaluar y lograr los propósitos que se plantea, los cuales se llevan a cabo por medio de los datos, información y la experiencia con la que cuenta. La gestión del conocimiento dentro de las organizaciones es algo que no se puede tocar pero que tienen los trabajadores, los cuales son sus conocimientos, habilidades, destrezas y capacidades que necesitan para llevar a cabo ciertas actividades de trabajo.

Es de gran importancia contar con los recursos básicos para apoyar el desarrollo del conocimiento dentro de la organización. Es por ello que hay que comprender como estructurar las iniciativas de Gestión del Conocimiento lo cual va a generar una ventaja a la hora de considerar al conocimiento dentro de la estrategia de la organización.



Gestión del Conocimiento

La Gestión del Conocimiento cuenta con los siguientes objetivos:

- Promueve la mejora continua de los procesos de negocio, en la cual se genera y utiliza el conocimiento.
- Formula estrategias de alcance organizacional para el desarrollo, adquisición y aplicación del conocimiento.
- Implanta estrategias orientadas al conocimiento.
- Reduce los tiempos en la producción de nuevos productos, e innova los productos ya existentes.
- Reduce los costos asociados a la repetición de errores.

Proceso de la Gestión del Conocimiento

Se debe entender como los subprocesos para la mejora y aumento de soluciones orientadas a generar las bases del conocimiento de valor para la organización. El proceso de Gestión del Conocimiento se centra principalmente en el concepto de generación de valor asociado al negocio.

Se describe como el proceso sistemático de detectar, seleccionar, organizar, filtrar, presentar y usar la información por parte de los participantes de la organización, con el objeto de explotar los recursos de conocimiento basados en el capital intelectual propio de las organizaciones, orientados a potenciar las competencias organizacionales y la generación de valor, donde:

- **Detectar:** Es el proceso de localizar modelos cognitivos y activos de valor para la organización, el cual radica en las personas.
- **Seleccionar:** Es el proceso de evaluación y elección del modelo en torno a un criterio de interés. Los criterios pueden estar basados en criterios organizacionales, comunales o individuales.
- **Organizar:** Proceso de almacenar de forma estructurada la representación explícita del modelo.
- **Filtrar:** Es la búsqueda de información que se basa en estructuras de acceso simples y complejas, tales como mapas de conocimientos, portales de conocimientos o agentes intangibles.
- **Presentar:** Se deberán presentar los resultados obtenidos de la búsqueda de la información a personas o máquinas de trabajo. En caso de que sean personas, las interfaces serán diseñadas para abarcar el amplio rango de comprensión humana. En el caso que la comunicación se desarrolle entre máquinas, las interfaces deben cumplir todas las condiciones propias de un protocolo de comunicación.

Comercio Electrónico

Hoy en día la sociedad está caracterizada por la permanente revolución científica y tecnológica y por lo tanto está experimentando un continuo cambio en los valores sociales y en la formación misma del conocimiento.

Las nuevas formas de negociar han causado que en los mercados se ofrezcan cada día más soluciones tecnológicas a los problemas de información en las organizaciones y viceversa, el desarrollo de la gestión del conocimiento ha dado lugar a la creación de una gran cantidad de herramientas tecnológicas con la finalidad de soportar los flujos de conocimiento.

Comúnmente se entiende por comercio al intercambio de un bien o de un servicio a cambio de una retribución económica, al agregarle la palabra “electrónico” lo primero que viene a nuestra mente es tecnología; entonces, el comercio electrónico no es otra cosa que aquel intercambio comercial cuyas transacciones básicas tales como pedidos, pagos, ordenes de entrega se realizan electrónicamente a través de internet.

El comercio electrónico es una nueva forma de hacer negocios que brinda la oportunidad a las empresas de reducir los costos al mismo tiempo que mejora la calidad de los productos y/o servicios que ofrece y las condiciones en que los consumidores pueden acceder a ellos.

Comercio Electrónico

Internet se ha convertido en un medio de comunicación global, que llega hasta unos 250 millones de usuarios en más de 100 países y que ha revolucionado el mundo al producir cambios que afectan a nuestra calidad de vida y sobre todo a la competitividad en el mundo empresarial, ya que supone mayores oportunidades para todas las empresas, con independencia del tamaño, sector de actividad, etc.

En el mundo cada vez más globalizado en el que vivimos escuchar los términos *gestión del conocimiento*, *organizaciones inteligentes* ó *empresas virtuales* ya forma parte de nuestro lenguaje cotidiano, por lo que las empresas tiene ya la necesidad de actualizar sus formas de trabajo en base a los avances de la tecnología puesto que en la actualidad los sistemas de información están revolucionando no solo la forma de entender los negocios sino también la sociedad en general, desde las relaciones sociales y laborales hasta la educación y los hábitos de consumo.



Comercio Electrónico

El impacto que han causado las nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC's) a sido tan grande que han logrado desplazar casi por completo los negocios tradicionales por negocios que tienen como principal herramienta robustos sitios WEB que les permiten abarcar un mercado mas amplio que el que suelen tener las empresas que realizan sus transacciones de manera física. Por lo que el nuevo reto de las empresas es, dicho de una forma coloquial, actualizarse o morir.

En dicho proceso de actualización de los procesos o formas de trabajo de una empresa deben participar no solo ella, sino también todos los que tienen una relación directa con la misma, es decir, clientes, proveedores, distribuidores, socios y empleados; puesto que, el comercio electrónico no solo implica la compra venta de productos o servicios sino que también implica la atención personalizada a los clientes, espacios donde se reciben y son tomadas en cuenta sugerencias, donde son atendidas las dudas, etc.