

Modelo de Transformación y Aprovechamiento del Conocimiento Interno de las
PYMES ante el panorama global

Dr. Antonio Oswaldo Ortega Reyes

Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo

Pachuca, Hgo. México

oswaldoo@yahoo.com.mx

01 771 7172000 ext 4001

Resumen

Se presenta un modelo que propone la transformación del conocimiento interno de las PYMES en beneficios y oportunidades de la era de la globalización. El conjunto de recursos, capacidades y vocaciones regionales y locales que rodean las PYMES se convierte en el insumo necesario para potencializar su acción. El modelo consta de tres etapas y se sustenta en un desarrollo teórico descriptivo que incluye los antecedentes del conocimiento como recurso y los desafíos de las PYMES en la era global.

Palabras clave: PYMES, conocimiento, globalización.

Abstract

We present a model that proposes the transformation of knowledge within SMEs in benefits and opportunities of the era of globalization. The set of resources, skills and vocations around regional and local SMEs becomes the input needed to potentiate their action. The model consists of three stages and is based on a theoretical description that includes the background of knowledge as a resource and challenges of SMEs in the global era.

Key words: SMEs, knowledge, globalization

Introducción

La realidad de nuestros días en torno a la figura de las micro, pequeñas y medianas empresas, se percibe con tonos de ambivalencia en razón de ser éstas el motor de la economía al representar por un lado a la mayoría de organizaciones prestatarias de servicios y oferentes de empleo, pero, por otro, a la gran masa de organizaciones que demandan capacitación, especialización y desarrollo de nuevo conocimiento. Este hecho, aunado a los procesos de globalización económica, los avances en telecomunicaciones y los altos niveles de competitividad del escenario internacional, obligan a empresarios de estas esferas a mejorar sus estrategias de acción y reacción para aprovechar la información y experiencia en la conducción de sus entidades a favor de su crecimiento y permanencia en el mercado, mediante el conocimiento como herramienta para la profesionalización de sus actividades.

Circunstancia actual de las PYMES

A nivel mundial, las PYME son una parte importante del sector productivo. Sin embargo, las circunstancias en cada país son distintas, por ejemplo, desde la definición misma de micro, pequeñas y medianas empresas existe diferencia y depende del punto de vista de la organización en cuestión. Si bien algunos autores han considerado que las microempresas son más bien de carácter informal a diferencia de las pequeñas, que ya son empresas formales (1), el conglomerado de estas sigue constituyendo un vasto universo de estudio.

La Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (2) señala que la definición de las PYME se encuentra circunscrita a aspectos económicos, culturales y sociales, por lo que cada país tiene su propia consideración de lo que es una empresa pequeña o mediana. El punto en el que las definiciones coinciden es que, en la mayoría de los casos, la caracterización de las empresas puede depender sus ingresos, su número de empleados, sus márgenes de beneficios o una combinación de ellos.

En México, el 95% de las unidades productivas entran en la categoría de micro, pequeñas y medianas empresas, mismas que albergan al 41% de la población económicamente activa (3). Este hecho, no es muy distinto del que se vive en otras latitudes, ya que naciones como Italia, Francia o Estados Unidos, viven circunstancias similares (4). No obstante, el auge de las micro y pequeñas empresas no acaba de desatarse entre otras cosas a causa de los factores internos y externos que impiden su desarrollo. Para el caso latinoamericano, tales factores incluyen aspectos internos como la falta de gestión del conocimiento, de personal calificado para realizar ciertas tareas, de infraestructura adecuada o de inversiones en actualización y mejora de los medios de producción. Los factores

externos comprenden la dificultad para acceder a créditos, la carencia de infraestructura urbana, políticas gubernamentales cambiantes, problemas sociales y culturales del ámbito de acción, cuestiones del mercado interno y el comercio exterior, la tecnología, la información y el medio ambiente (5).

Así, el escenario en el cual las PYMES se desenvuelven se percibe adverso en razón de los problemas que, por sus carencias poseen. No obstante, existen aspectos que también le dotan de ventajas que en sus condiciones organizativas deben aprovechar: canales de comunicación más cortos y directos, estructuras más flexibles, mayor contacto directo con el entorno y, en consecuencia, una mayor facilidad para adaptarse a los cambios y reaccionar ante las exigencias del medio competitivo.

Las PYMES en el escenario global

La tendencia actual en la economía mundial promueve la política de alentar a las PYME para desarrollar los sectores productivos. Sin embargo, a largo plazo, la participación de las economías emergentes con países desarrollados en la investigación de redes de desarrollo e innovación, podría redibujar el mapa de la ciencia, la tecnología y la innovación lo cual podría resultar benéfico para el desarrollo de las PYME (6).

Un gran número de empresas en todo el orbe además de pertenecer a la categoría de SME's, son empresas familiares. Algunas de ellas inician procesos de internacionalización basadas, en primer lugar, en su posicionamiento y consolidación dentro del mercado local y, como segunda etapa, fortaleciéndose para el mercado internacional (7).

Así, el reto que la globalización impone a las micro, pequeñas y medianas empresas estriba en el desarrollo de una auténtica dimensión de empresa, a fin de concientizarse a sí mismos como empresarios, de las exigencias de un mercado cada vez mayor, para buscar estrategias ya sea individuales o conjuntamente con socios y aliados, para hacer frente al mercado global mediante alineaciones de la cadena productiva, acuerdos con proveedores y maquilas conjuntas lo suficientemente especializadas para elevar su nivel de competitividad y poder atender a un mercado internacional.

De este modo, la competitividad se convierte en el elemento determinante para el éxito de las PYMES. El Banco Mundial la conceptualiza como "un conjunto de factores, políticas e instituciones que determinan el nivel de productividad de un país y por lo tanto, determinan el nivel de prosperidad que una economía puede alcanzar "(8).

Sin embargo, gobiernos y empresarios deben entender que la competitividad no brota de forma automática, no es una casualidad. Existe, surge, se desarrolla y se concreta mediante esfuerzos colectivos de aprendizaje y negociación con todos los actores de la organización (accionistas, directores, empleados, etc.) y también por los actores externos de la misma (la competencia, el mercado, el gobierno, las instituciones y la sociedad en general). Es de inicio con esta perspectiva, desde donde el empresario debe partir para concretar una visión integradora que le permita comprender las fuerzas y tendencias internas y externas que pueda aprovechar en beneficio de su organización, así como minimizar los riesgos y amenazas que esta pueda enfrentar haciendo uso de un elemento aglutinante de estos aspectos: el conocimiento.

Conocimiento y aprendizaje organizacional para PYMES

La cuestión del conocimiento como tema en sí mismo, ha sido objeto de debates históricos desde la óptica de distintas disciplinas como la filosofía, la psicología, la epistemología, la educación, la antropología y muchas más. Tales discusiones profundizan en los procesos subjetivos y objetivos de los orígenes, transmisión, aplicación y desarrollo del conocimiento. No obstante, para fines de este trabajo, se consideran los conceptos teóricos que representan un valor de utilidad para las pequeñas y medianas empresas en el mundo. Una de las clasificaciones que para ello resulta relevante, es la propuesta por Nonaka (9), quien divide al conocimiento en tácito y explícito. El conocimiento tácito se aprende a través de, y por, la experiencia de la práctica empírica. Por otro lado, el conocimiento explícito es el que se presenta de forma organizada y es articulado en un lenguaje; se transmite principalmente a través de procesos formales de educación. Es en esta última categoría, donde los tipos de conocimiento utilizados por las PYMES para sus operaciones diarias, surgen como una herramienta para permanecer en el sector y alcanzar proyección global, mediante programas específicos de capacitación y sistemas de innovación que permitan aprovechar el potencial de dichas organizaciones tomando en consideración los aspectos internos de las mismas, así como aquellos elementos circundantes en el medio ambiente, pues como señala Nonaka (10), “en una economía donde lo único cierto es la incertidumbre, la fuente segura de ventaja competitiva duradera es el conocimiento”.

Esto se refleja en la capacidad de aprender y compartir el conocimiento de las PYME, lo cual depende de sus niveles de innovación y competitividad, mismos que per sé las facultan para responder a las presiones externas. Ello genera el surgimiento de nuevas formas de desarrollo organizacional propias de estas empresas, que surgen como consecuencia de cambios en la economía mundial, pero desde una perspectiva local y adecuados a las circunstancias propias de cada PYME (11).

La parte perceptible de estos procesos emana de la posición directiva de tales organismos, la cual debe velar por un correcto proceso de adquisición de información, técnicas, tendencias y datos que representen valor utilitario para la organización, además de ser los directivos, dueños o responsables propios de las PYMES, quienes deben desarrollar competencias no solamente para el aprendizaje organizacional, sino para la difusión del conocimiento entre sus colegas y con sus colaboradores para beneficio de sus empresas (12). Lo anterior, incorporando el valor estratégico del conocimiento en el desarrollo de procesos; el entrenamiento y pericia de su personal; la adecuación de sus estructuras organizativas y manteniendo la vigencia de su plataforma tecnológica de operaciones. Orientando el conjunto de estos elementos hacia las exigencias y oportunidades del mercado, así como hacia el aprovechamiento de ventajas estratégicas como ubicación geográfica, vocación productiva de la región y comprensión del sector productivo en el que la MIPYME se desenvuelva, capitalizada a manera de experiencia por el directivo responsable de la empresa. El cúmulo de los aspectos arriba señalados, permite proponer un modelo que aglutine los elementos y aspectos anteriormente descritos, mismo que enseguida se describe.

Modelo de Transformación y Aprovechamiento del Conocimiento Interno de las PYMES ante el panorama global

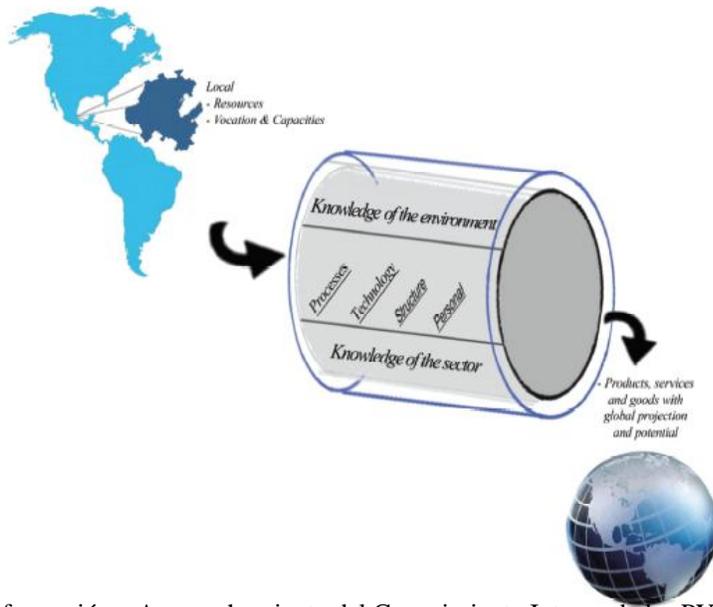


Figura 1. Modelo de Transformación y Aprovechamiento del Conocimiento Interno de las PYMES ante el panorama global. Fuente: Montañó, Ortega, Corona y Hernández. Knowledge, learning and development the challenge of SME's. Globalization Book 3. 2011 (13)

Explicación del Modelo

Fase uno



Figura 1ª Fase uno del modelo

En la primera fase los recursos humanos, materiales y financieros, junto con el capital, la estructura, los asuntos económicos, políticos, culturales y educativos del entorno penetran en las organizaciones, incluidas las PYME, como base para su funcionamiento y desarrollo. Estos aspectos configuran las capacidades de la empresa sustentadas en sus recursos, grado de profesionalización, vocación productiva de sus miembros y habilidad de conducción.

Fase dos

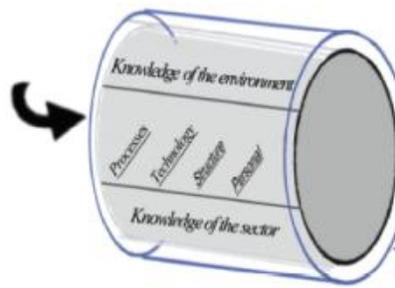


Figura 1B. Fase dos del modelo

En una segunda etapa, los aspectos del conocimiento interno y externo se combinan para explotar factores ambientales externos tales como la comprensión del mercado y del sector, estableciendo una relación con el conocimiento del medio ambiente interno de la entidad, tales como producción, procesos, gestión, tecnología, estructura y diseño organizativo así como el potencial de su capital humano para orientarlos hacia las exigencias, demandas y oportunidades del mercado.



Figura 1C Fase tres del modelo

El resultado es una gama de bienes, productos y servicios de producción local, estratégicamente planificada y alineada con informes del medio externo, para el empleo óptimo de los recursos de la entidad aprovechando las oportunidades que el medio ambiente reporta para crear así la circunstancia propicia para lograr proyección y potencial mundial.

Así desde un enfoque sistémico, el modelo se retroalimenta al entrar en contacto con el medio ambiente, para actualizar, depurar y desechar los elementos innecesarios del mismo, a fin de aprovechar todos los aspectos y capacidades de la MIPYME en cuestión adecuándolas a las cambiantes circunstancias tecnológicas, sociales, económicas y políticas del entorno.

Conclusiones

Las PYME son una parte importante del sector productivo en todos los países del mundo. Sin embargo las circunstancias de las mismas en cada país son diferentes. Los problemas comienzan desde la definición de PYME, ya que para cada país depende de diferentes circunstancias tales como su volumen anual de ventas, su giro y sector, su número de empleados, su capacidad instalada entre otros.

La globalización obliga a las PYME a adquirir una nueva visión corporativa. Para ello, las MIPYME de esta economía global deben tener un nuevo enfoque metodológico para comprender la competitividad y, a través de las mejores prácticas, aprovechar la ventaja competitiva. Para ello, el conocimiento de elementos internos de la entidad tales como la cultura de la organización, la planificación, el liderazgo, la estructura organizacional y el personal, son indispensables a fin de orientar su acción hacia las circunstancias del entorno.

Otro aspecto importante es la información. Las empresas que han logrado su permanencia en los mercados, en parte lo han conseguido gracias a las herramientas pertinentes para acopio oportuno y veraz de información, lo cual a su vez, permite tener un mejor control de la empresa y tomar mejores decisiones. Directivos y fundadores de las MIPYME deben conducirse bajo esta premisa. Además, existen diferentes factores que ayudan a las PYME a mantenerse, y desarrollarse. Estos son: Conocimiento; mercado; competitividad; innovación; uso de Internet; tecnología y la calidad de productos y servicios.

El desarrollo y el fortalecimiento de las PYME es hoy en día una de las prioridades clave del desarrollo económico social de las naciones. Por ello, las MIPYMES tienen que preocuparse por el fortalecimiento de negocio en su conjunto, buscando hacer sinergia con proveedores y empresas del ramo o la región para proyectarse y posicionarse en el mercado internacional mediante la compartición de información útil y el empleo de mecanismos y programas de eficiencia empresarial, que ya sea emanados de las propias empresas o de las esferas de gobierno, permitan aprovechar el conocimiento del sector con trascendencia global

Referencias

1. Micro, Small, and Medium Enterprises: A Collection of Published Data.(2006) Companion Note. Date of last update: July 15, 2006. International Finance Corporation. Washington, D.C. USA.
2. OCDE (2004) SME Statistics: Towards a more Systematic Statistical Measurement of SME Behaviour, In: 2nd OECD Conference of Ministers Responsible for Small and Medium- Sized Enterprises (SMEs), Istanbul, Turkey. 02/15/2011. Available from: www.oecd.org/dataoecd/6/6/31919286.pdf
3. Aguilera, L., González, M., y Rodríguez, R. (2010) Factores que impactan en la competitividad de las PYMES. Revista Mercados y Negocios. Volumen 11, Número 1. Pp. 116 – 136. ISSN 16657039
4. Corona-Armenta, J.; Montañó-Arango, O. and Ramírez-Aguilar, I. (2010). Innovación en las pymes: desarrollo de un modelo para el estado de Hidalgo. La competitividad como estrategia en época de crisis. Sánchez-Gutierrez, J. Universidad de Guadalajara, pp. 211-227. Universidad de Guadalajara, ISBN 978-970-764-953-8, Mexico
5. Tadillo, E. y Axtle, M. Gestión y Transferencia del Conocimiento en las PyMES XLIII Asamblea Anual del Consejo Latinoamericano de Escuelas de Administración. UDLA. 2008
6. OCDE (2010) OECD Science, Technology and Industry Outlook, OECD Retrieved from http://dx.doi.org/10.1787/sti_outlook-2010-en
7. Segaro, E. (2010). Internationalization of family SMEs: the impact of ownership, governance, and top management team, Journal of Management and Governance. Online First, ISSN 1572-963X
8. Foro economico mundial 2005. <http://www.weforum.org/s?s=2005> Consultado el 23 de febrero de 2012

9. Nonaka, I. (2003). La empresa creadora de conocimiento, Harvard Business Review, Gestión del conocimiento, ISBN 84-234-2023-X
10. Nonaka, I. (1991). The Knowledge creating company. Harvard Business Review. November – December 1991.
11. Longhi, C. (2005). Local Systems and Networks in the Globalization Process, Research and Technological Innovation, The Challenge for a New Europe. Curzio, A., & Fortis, M. pp. 81-108, Physica-Verlag, ISBN 978-3-7908-1594-8, Germany
12. Chaston, I. Badger, B. and SADLER-SMITH, E. (2001). Organizational Learning: An Empirical Assesment of Process in Small U. K. Manufacturing Firms, Journal of Small Business Management, Vol. 39, No. 2, pp. 139-151, ISSN 0047-2778
13. Pachura, P. (2011) The economic geography of globalization. Book 3. In Tech Open Acces. Polonia.
14. Llopis, F. (2008). Iniciativa empresarial de la pequeña empresa: un análisis de la situación actual, Editorial Digitalia, Universidad de Alicante, ISBN 8479085231, Spain
15. Pineda D. Torres, A. Resenos, E. Ortega, O. (2009) El capital intelectual en las fases de innovación tecnológica Oikos: Revista de la Escuela de Administración y Economía, ISSN 0717-327X, N°. 27, págs. 67-86