



UNIVERSIDAD DE CARABOBO
DIRECCIÓN DE ESTUDIOS DE POSTGRADO
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
MENCIÓN: GERENCIA
CAMPUS BÁRBULA



**LA GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO EN EMPRESAS
COMERCIALES DEL SECTOR MÉDICO
QUIRÚRGICO EN EL ESTADO
CARABOBO. ELEMENTOS
PARA UN MODELO**

Autora: Ing. Bello Pinto, Daniela Alejandra
Tutor: Prof. Leonardo Villalba

Bárbula, Marzo de 2017



UNIVERSIDAD DE CARABOBO
DIRECCIÓN DE ESTUDIOS DE POSTGRADO
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
MENCION GERENCIA
CAMPUS BÁRBULA



**LA GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO EN EMPRESAS
COMERCIALES DEL SECTOR MÉDICO
QUIRÚRGICO EN EL ESTADO
CARABOBO. ELEMENTOS
PARA UN MODELO**

Autora: Ing. Bello Pinto, Daniela Alejandra

**Trabajo de Grado presentado para optar al título de Magíster en
Administración de Empresas Mención Gerencia**

Bárbula, Marzo de 2017



UNIVERSIDAD DE CARABOBO
DIRECCIÓN DE ESTUDIOS DE POSTGRADO
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
MENCION GERENCIA
CAMPUS BÁRBULA



CONSTANCIA DE ACEPTACIÓN

**LA GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO EN EMPRESAS
COMERCIALES DEL SECTOR MÉDICO
QUIRÚRGICO EN EL ESTADO
CARABOBO. ELEMENTOS
PARA UN MODELO**

**Tutor de Contenido:
Prof. Leonardo Villalba**

**Aceptado en la Universidad de Carabobo
Facultad de Ciencias Económicas y Sociales
Dirección de Estudios de Postgrado
Maestría Administración de Empresas Mención Gerencia
Por: Prof. Leonardo Villalba
C.I. 7.042.292**

Bárbula, Marzo de 2017



UNIVERSIDAD DE CARABOBO
DIRECCIÓN DE ESTUDIOS DE POSTGRADO
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
MENCIÓN GERENCIA
CAMPUS BÁRBULA



AVAL DEL TUTOR

Dando cumplimiento a lo establecido en el Reglamento de Estudios de Postgrado de la Universidad de Carabobo en su artículo 133, quien suscribe Profesor Leonardo Villalba, titular de cédula de identidad N° 7.042.292, en mi carácter de Tutor del Trabajo de Maestría titulado: **“LA GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO EN EMPRESAS COMERCIALES DEL SECTOR MÉDICO QUIRÚRGICO EN EL ESTADO CARABOBO. ELEMENTOS PARA UN MODELO”**, presentado por la ciudadana **Daniela Alejandra Bello Pinto**, titular de la cédula de identidad N° **V- 14.392.471**, para optar al título de Magíster en Administración de Empresas Mención Gerencia, hago constar que dicho trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del jurado examinador que se le designe.

En Valencia a los _____ días del mes de _____
del año dos mil _____.



UNIVERSIDAD DE CARABOBO
DIRECCIÓN DE ESTUDIOS DE POSTGRADO
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
MENCION GERENCIA
CAMPUS BÁRBULA



Veredicto

Nosotros, miembros del Jurado designado para la evaluación del Trabajo de Grado titulado: **LA GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO EN EMPRESAS COMERCIALES DEL SECTOR MÉDICO QUIRÚRGICO EN EL ESTADO CARABOBO. ELEMENTOS PARA UN MODELO**”, presentado por la Ingeniero **Daniela Alejandra Bello Pinto**, titular de la Cédula de Identidad número: **V- C.I. V – 14.392.471**, para optar al título de: Magíster en Administración de Empresas Mención Gerencia, estimamos que el mismo cumple con los requisitos para considerarlo como:

En Valencia, a los _____ días del mes de _____ de 2016

Apellido	Nombre	C.I.	Firma
-----------------	---------------	-------------	--------------

Bárbula, Marzo de 2017

DEDICATORIA

A Dios principalmente por permitirme la vida y la salud necesaria para seguir adelante en la lucha de mis metas y objetivos.

A mis Padres, por el amor, por darme el aliento suficiente para seguir adelante y ser el centro de inspiración para seguir superándome. Por ser Ustedes los seres más importantes de mi vida, a quienes le debo muchos de mis éxitos.

A mi Tutor, Profesor Leonardo Villalba, por el apoyo y los conocimientos.

Y así dedico el Trabajo de Grado a todas las personas que fueron partícipes de la culminación de tan importante meta.

A todos mis compañeros de clase, por tantas vivencias.

AGRADECIMIENTOS

A Dios... por darme la fortaleza, por guiar mis pasos y por su bendición en todos los días de mi vida.

A la Universidad de Carabobo, Dirección de Estudios de Postgrado, por impartir los conocimientos dejando una huella de excelencia en mi vida personal y en el desarrollo profesional.

A mi Tutor, Profesor Leonardo Villalba, por su apertura, transmitirme sus conocimientos y su persistencia por la calidad, al igual que compartir su tiempo conmigo, para permitirme culminar este episodio en mi carrera.

A mi familia, por estar siempre a mi lado y brindarme su apoyo absoluto.

A mis amigas por estar siempre allí con ese apoyo incondicional.

A todas las personas que de una u otra manera han sido partícipes de esta meta que he alcanzado.

A TODOS... MIL GRACIAS!!!



UNIVERSIDAD DE CARABOBO
DIRECCIÓN DE ESTUDIOS DE POSTGRADO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
MENCIÓN: GERENCIA
CAMPUS BÁRBULA



LA GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO EN EMPRESAS
COMERCIALES DEL SECTOR MÉDICO
QUIRÚRGICO EN EL ESTADO
CARABOBO. ELEMENTOS
PARA UN MODELO

Trabajo Especial de Grado

Autora: Ing. Bello Pinto, Daniela Alejandra
Tutor: Prof. Leonardo Villalba
Fecha: Marzo, 2017

Resumen

La presente investigación tiene como objetivo general proponer los elementos de un modelo de gestión del conocimiento para la innovación en empresas comerciales del sector médico quirúrgico en el estado Carabobo. Está enmarcada bajo la modalidad de proyecto factible, apoyada en la investigación de campo, con un diseño descriptivo; con un diseño transeccional y no experimental. Se empleó como técnicas de recolección de datos la encuesta, como instrumento el cuestionario, dirigido a una muestra de 32 Gerentes de empresas comerciales del sector médico quirúrgico en el estado Carabobo. Se concluyó que los conocimientos del recurso humano no son considerados innovadores, falta de comunicación, lo que afecta la gestión del conocimiento, falta de conocimiento de las estrategias, misión, valores y normas, no se comparten los valores, poco trabajo en equipo, lo que impide compartir conocimientos, esto implica que la valoración de actitudes es baja lo cual impacta de manera negativa en la gestión de conocimiento. No hay socialización, por tanto, no conduce a la creación de un conocimiento explícito y en general se produce solamente cuando las personas comparten una cultura y una experiencia efectiva previa de trabajo. No se le da importancia a la innovación y la investigación y desarrollo, no se modifican y/o mejoran constantemente los procesos operativos como la comercialización, no se desarrollan y/o modifican estructuras, puestos de trabajo y responsabilidades, no se identifican y ni adoptan mejores prácticas del sector de manera continua y la retroalimentación a los clientes no es completamente positiva.

Palabras Clave: Gestión del Conocimiento, Sector Médico Quirúrgico, Elementos, Modelo.



UNIVERSITY OF CARABOBO
ADDRESS OF GRADUATE STUDIES
FACULTY OF ECONOMIC AND SOCIAL
MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION
CITATION: MANAGEMENT
CAMPUS BÁRBULA



**KNOWLEDGE MANAGEMENT COMPANIES
COMMERCIAL SECTOR HEALTH
SURGICAL IN THE STATE
CARABOBO. ELEMENTS
FOR A MODEL**

Degree thesis

Author: Ing. Bello Pinto, Daniela Alejandra
Tutor: Teacher. Leonardo Villalba
Date: March, 2017

Abstract

This research has the general objective to propose the elements of a knowledge management model for innovation in business enterprises in surgical medical sector in Carabobo state. It is framed in the form of feasible project, based on field research, with a descriptive design; transeccional and a non-experimental design. the survey, and the questionnaire addressed to a sample of 32 managers of trading enterprises surgical medical sector in Carabobo state instrument was used as data collection techniques. It was concluded that knowledge of human resources are not considered innovative, miscommunication, affecting knowledge management, lack of knowledge of strategies, mission, values and norms, not the values are shared, little teamwork, the which prevents share knowledge, this implies that the assessment of attitudes is low which impacts negatively on knowledge management. No socialization, therefore, does not lead to the creation of an explicit knowledge and generally occurs only when people share a culture and effective prior work experience. You are not giving importance to innovation and research and development, not modified and / or constantly improve business processes such as marketing, are not developed and / or modify structures, jobs and responsibilities are not identified and not adopt best practices in the industry continuously and feedback to customers is not completely positive.

Keywords: Knowledge Management, Medical Surgical Sector, Elements Model.

ÍNDICE GENERAL

Dedicatoria	vi
Agradecimientos	vii
Resumen	viii
Abstract	ix
Índice General	x
Índice de Tablas	xii
Índice de Gráficos	xiii
Índice de Figuras	xiv
Introducción	15

CAPÍTULO I:

EL PROBLEMA

Planteamiento del Problema	
Formulación del Problema	
Objetivos de la investigación	
Objetivo General	22
Objetivos Específicos	22
Justificación de la investigación	

CAPÍTULO II:

MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

Antecedentes de la Investigación	26
Bases Teóricas	39
Gestión del Conocimiento	39
Modelos de Gestión del Conocimiento	40
Innovación	49

Teoría de la Innovación	52
Definición de Términos básicos	56
CAPÍTULO III:	
MARCO METODOLÓGICO	
Naturaleza de la Investigación	58
Diseño de la investigación	59
Población	60
Muestra	
Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos	61
Validez del Instrumento	62
Confiabilidad del Instrumento	63
Técnicas de Análisis de Datos	64
Operacionalización de las Variables	66
CAPÍTULO IV:	
ANALISIS E INTERPRETACION DE LOS RESULTADOS	70
CAPÍTULO V:	
LA PROPUESTA	
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	123
LISTA DE REFERENCIAS	129
ANEXOS	134

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro Nº	Pág.
1. Operacionalización de las variables	67
2. Competentes	71
3. Motivación	73
4. Innovación	74
5. Estrategia, Misión, Valores, Objetivos y Normas	75
6. Cultura	76
7. Comunicación abierta	77
8. Trabajo en equipo	78
9. Comunicación externa	80
10. Visita a clientes	81
11. Visita a competidores	82
12. Socialización	83
13. Diálogo creativo e intercambio de ideas	84
14. Pensamiento inductivo deductivo	85
15. Creación de conceptos e ideas	86
16. Opinión subjetiva	87
17. Actualización de base de datos	88
18. Dialogo, documentación de quejas y sugerencias	89
19. Educación y capacitación	90
20. Actualización	91
21. Acceso a la información	92
22. Publicación de información para los empleados	93
23. Publicación de información para el público	94
24. Simulación a partir de manuales	95
25. Simulación a partir de quejas	96
26. Innovación, Investigación y Desarrollo	98
27. Mejora de procesos operativos	99
28. Modificación de estructuras	101

29. Mejores prácticas	102
30. Retroalimentación	103
31. Costos de la Propuesta	107

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N°	Pág.
1. Competentes	71
2. Motivación	73
3. Innovación	74
4. Estrategia, Misión, Valores, Objetivos y Normas	75
5. Cultura	76
6. Comunicación abierta	77
7. Trabajo en equipo	78
8. Comunicación externa	80
9. Visita a clientes	81
10. Visita a competidores	82
11. Socialización	83
12. Diálogo creativo e intercambio de ideas	84
13. Pensamiento inductivo deductivo	85
14. Creación de conceptos e ideas	86
15. Opinión subjetiva	87
16. Actualización de base de datos	88
17. Dialogo, documentación de quejas y sugerencias	89
18. Educación y capacitación	90
19. Actualización	91
20. Acceso a la información	92
21. Publicación de información para los empleados	93
22. Publicación de información para el público	94
23. Simulación a partir de manuales	96
24. Simulación a partir de quejas	97
25. Innovación, Investigación y Desarrollo	98

26. Mejora de procesos operativos	100
27. Modificación de estructuras	101
28. Mejores prácticas	102
29. Retroalimentación	103

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura N°	Pág.
1. Modelo dinámico de gestión del conocimiento	41
2. Modelo de medición de capital intelectual	45
3. Modelo de Skandia	48
4. Elementos del Modelo de Gestión del Conocimiento propuesto	109

INTRODUCCIÓN

En los últimos años, se le ha dado mayor importancia a la gestión del conocimiento en el campo de la organización y gestión de instituciones empresariales, dado que en la medida que las organizaciones interactúan con sus entornos, absorben información, la convierten en conocimiento y llevan a cabo acciones sobre la base de ese conocimiento y experiencias, valores y normas internas. Al respecto, Drucker, P. (2003: 21), expresa: “Entramos en un periodo de cambios: el giro desde la organización basada en la autoridad y control, la organización dividida en departamentos y divisiones, hasta la organización basada en la información, la organización de los especialistas del conocimiento”.

En este contexto, es importante mencionar que las empresas venezolanas en la actualidad, donde es común denominador la presencia de viejos y nuevos competidores, la aparición rápida de productos sustitutivos y de procesos de punta, una creciente fragmentación del mercado, cambios culturales, sociales y políticos, un sistema económico deprimido, y la innovación permanente y sistemática que adelantan las empresas más competitivas. Para sobrevivir en este entorno, algunas desarrollan aprendizaje continuo, mientras que otras se quedan rezagadas frente a las grandes empresas competitivas; por lo tanto, no mantienen la dinámica innovadora debido a sus dificultades.

En efecto, las organizaciones deberían tener capacidad de aprendizaje, aplicar acciones para la gestión del conocimiento y de la información, cada integrante de la organización debe participar plenamente de los propósitos y

conocimientos de la empresa como un todo, creación de grupos de participación y liderazgo generativo.

En función de lo antes expuesto, se desarrolló la presente investigación que tienen como objetivo general proponer los elementos de un modelo de gestión del conocimiento para la innovación en empresas comerciales del sector médico quirúrgico en el estado Carabobo. Cabe destacar, que este Trabajo de Grado reúne las características de un proyecto factible, dado que propone una solución viable a un problema de tipo práctico, para satisfacer las necesidades y expectativas de la empresa en estudio. Está estructurado en cinco (05) capítulos, los cuales se especifican a continuación:

Capítulo I, en este se procedió a presentar el planteamiento del problema, la determinación de los objetivos tanto generales como específicos de la investigación, justificación. Capítulo II, se desarrolló el marco teórico, el cual abarca los antecedentes de la empresa y de la investigación, así como las bases teóricas y legales que sustentan el estudio.

Capítulo III, se elaboró el abordaje metodológico al cual estará sujeto la investigación, también se definió la población y la muestra, las técnicas de recolección de datos, la validez del instrumento, confiabilidad del instrumento y las técnicas de análisis de los resultados. En el capítulo IV: se presenta el análisis e interpretación de los resultados obtenidos de la aplicación del instrumento diseñado en esta investigación, como es el cuestionario y, se desarrollan los objetivos específicos formulados. Con base en lo anterior, en el capítulo V: se presenta como propuesta como valor agregado de la investigación. Finaliza la investigación con sus

correspondientes conclusiones, recomendaciones y los anexos que la sustentan.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

Planteamiento del Problema

La gestión del conocimiento tiene su génesis en las características intrínsecas que involucran las complejidades de cada uno de los modos de producción empresarial. En tal sentido, las organizaciones deberían enfocarse en el aprendizaje para la aplicación de acciones en pro de la gestión del conocimiento, con la participación plena de los propósitos y conocimientos de la empresa como un todo.

Por ello, hay empresas que han gestionado el conocimiento de manera efectiva, como Skandia, empresa de seguros e inversiones a largo plazo de origen sueco que comenzó su actividad en 1885, es una de las pioneras en cuanto a Gestión del Conocimiento y, en particular, en la gestión del capital intelectual. Igualmente, la Xerox en el año 2001 implantó un sistema (Eureka) capaz de acreditar y compensar a los empleados (reconocidos ya por aquel entonces como "Knowledge Workers") que compartieran su conocimiento. Los objetivos que Xerox persigue con su modelo, son: Hacer que el conocimiento de los empleados emerja para poder codificarlo, localizar los medios más adecuados para decodificar el conocimiento que es compartido por toda la organización, permitir un acceso sencillo y rápido al

conocimiento y motivar a los empleados para que consideren al conocimiento como una ventaja exclusiva para su desarrollo personal, lo compartan y promuevan la creación de nuevas soluciones y estrategias para mejorar el negocio, según Quality and Technology (2014).

Otra de las empresas que han tenido éxito en la implantación de la gestión del conocimiento es la Hewlett Packard, que el año 1997 mostró un gran preocupación por la gestión del conocimiento, sus primeras iniciativas se basaron en la localización de formadores internos y en la puesta a disposición de los contenidos educativos generados convenientemente valorados. De igual modo, establecieron redes de expertos apoyadas en Intranet accesible a todos los empleados. En el año 2010, esta compañía redefinió sus objetivos en pro de la gestión del conocimiento, los cuales son: aportar mayor valor a los clientes incrementando el capital intelectual en los productos y servicios entregados, crear un entorno en el que cada empleado comparta el conocimiento de forma entusiasta y consolidar y fomentar la reutilización del conocimiento adquirido, según Quality and Technology (ob. cit).

De igual manera, es importante mencionar a la empresa Nike, que también ha gestionado el conocimiento de manera positiva y diferente, pues ha creado un comunidad Online en la que participan activamente más de un millón de entusiastas de sus productos. Los miembros de esta comunidad han registrado las experiencias vividas recorriendo cerca de dos millones de kilómetros gracias al producto [Nike+](#), desarrollado en colaboración con Apple para conectar el iPod con las zapatillas, siendo este es un buen ejemplo de la co-creación de conocimiento entre empresas y clientes. El modelo de Nike, en lugar de proponer valor y esperar la respuesta de los clientes, les hace partícipes en las diferentes fases del desarrollo del producto. Además, la

plataforma ofrece a Nike un feedback continuo sobre las preferencias de los corredores, según Quality and Technology (ob. cit).

En esta perspectiva, en la que se denota que compañías exitosas han implementado la gestión del conocimiento con efectividad, se hace necesario que las empresas desarrollen mecanismos que permitan a todas las personas disponer de todo el potencial del conocimiento que se encuentra disperso en la organización, lo que implica la creación y despliegue de una estrategia de gestión del conocimiento enfocada en entender necesidades y oportunidades del conocimiento; construir conocimientos relevantes para el negocio; organizar y distribuir el conocimiento de la organización; crear condiciones para la aplicación del conocimiento de la empresa y explotar el conocimiento. En esta línea, vale resaltar lo que expone Nagles (2007):

Entender las necesidades y oportunidades del conocimiento permite explorar sus diferentes fuentes para indagar y buscar los conocimientos requeridos con el fin de mejorar el desempeño; esto implica realizar un análisis de las actividades de la organización, una evaluación de necesidades en materia de conocimiento actual y futuro, una valoración del potencial de uso de los conocimientos disponibles y la creación y puesta en marcha de estrategias que aseguren la adquisición, apropiación e integración de nuevos conocimientos en las acciones y actividades de la empresa. La construcción de conocimientos permite a la organización comprender sus formas y mecanismos de actuación y entender cómo realiza los procesos de innovación, formación, aprendizaje, investigación y demás acciones relacionadas con el desarrollo de la curva de aprendizaje; es decir, con la producción de conocimientos se asegura la viabilidad y sostenibilidad de la actividad empresarial. (p. 78).

En correspondencia con lo citado, es necesaria la detección de necesidades y oportunidades de conocimiento, porque es la vía para enfocarse y orientarse en los requerimientos de aprendizaje en las organizaciones. Es por ello que analizando las relaciones entre cada una de las personas componentes de las organizaciones o grupos de trabajo, serán éstas, con sus conocimientos y relaciones, las que establecerán las capacidades de cada uno de dichos grupos.

En este orden de ideas, vale señalar que la transformación de las organizaciones hacia la innovación permanente es evidente en aquellas organizaciones que se interesan por el aprendizaje y conocimiento en pro de su competitividad, estas con el tiempo se convierten en organizaciones que aprenden.

Si bien es cierto que hay organizaciones que aprenden y otras que han implementado la gestión del conocimiento de manera exitosa, también existe carencia de políticas que fomenten el conocimiento compartido y la información a través de premios, evaluación de desempeño, compensación, entre otros. A esto se le añade lo que expresa Nagles (ob. cit):

El despliegue de una estrategia de gestión del conocimiento enfrenta diversos tipos de barreras que deben ser reconocidas y valoradas para generar acciones que permitan superarlas de manera eficaz. Doz, Cuomo y Wrazel establecen cuatro barreras para la integración del conocimiento a las actividades empresariales, que corresponden a: diversidad del conocimiento, dispersión del conocimiento, complejidad del conocimiento y propiedad del conocimiento. Esto implica comprender la dimensión de cada una, para generar acciones que permitan superarlas y así

asegurar una efectiva gestión de los saberes y experiencias de los que dispone la organización. (p. 80).

En concordancia con lo expresado, se destacan las limitaciones que tiene la gestión del conocimiento, por tanto la comprensión de las mismas les va a permitir a las organizaciones aplicar las medidas y acciones que sean necesarias para superar las dificultades y lograr éxito en la implementación.

Esta situación de dificultades en la implementación de la gestión del conocimiento la presentan organizaciones en Venezuela, donde se hace necesario el diseño e implantación de un modelo de gestión del conocimiento que pueda ser integrado a todos los procesos claves y estratégicos de la empresa para admitir, aplicar, compensar, desarrollar, mantener y monitorear las personas en la organización.

Este es el caso también que se presenta en las empresas comercializadoras del sector médico quirúrgico del Estado Carabobo, que convergen hacia un común denominador de carácter paradigmático: Los gerentes no “creen” en el impacto que tienen para organización las decisiones tomadas sin considerar debidamente la orientación que deben tener en virtud de una efectiva gestión del conocimiento. Las decisiones son tomadas siempre considerando los aspectos financieros, productivos, entre otros y no se le da en la mayoría de los casos la debida relevancia a la creación de estrategias que capitalicen el recurso del conocimiento. En definitiva, no se puede orientar las acciones un camino en el que no se cree, si no hay conciencia del desperdicio del recurso conocimiento cada vez que se fuga, no se encuentra disponible o simplemente no se sistematiza su almacenamiento y distribución.

Por consiguiente, esta situación de carencia de un modelo de gestión del conocimiento trae efectos directos sobre el aprendizaje, conocimiento compartido, competencias, competitividad. Por tanto, si las empresas comercializadoras del sector médico quirúrgico del Estado Carabobo contaran con dicho modelo tendría mejor eficiencia e innovación y se orientaría hacia la rentabilidad.

Formulación del problema

En virtud de lo expuesto, se plantea como principal interrogante de la investigación: ¿Cuáles son los elementos de un modelo de gestión del conocimiento para la innovación en empresas comerciales del sector médico quirúrgico en el estado Carabobo?

Objetivos de la Investigación

Objetivo General

Proponer los elementos de un modelo de gestión del conocimiento para la innovación en empresas comerciales del sector médico quirúrgico en el estado Carabobo.

Objetivos Específicos

- Diagnosticar la situación actual que caracteriza la gestión del conocimiento en empresas comerciales del sector médico quirúrgico en el estado Carabobo.

- Contrastar la gestión del conocimiento como fuente de innovación en empresas comerciales del sector médico quirúrgico en el estado Carabobo, con los modelos existentes.

- Formular los elementos de un modelo de gestión del conocimiento para la innovación en empresas comerciales del sector médico quirúrgico en el estado Carabobo.

Justificación de la Investigación

Para argumentar el interés y la importancia del siguiente trabajo se hace énfasis en los elementos de justificación de acuerdo con la definición dada por Hernández, Fernández y Baptista (2006), quienes consideran que debe contener la utilidad, conveniencia que tiene su realización, aportes, relevancia social, implicaciones prácticas, valor teórico y metodológico.

Partiendo de este punto y de acuerdo a la conveniencia, resulta de interés estudiar el problema que reside en las empresas del sector médico quirúrgico en el estado Carabobo, caracterizado por la carencia de gestión del conocimiento. La línea de investigación de este trabajo es la Gerencia del Conocimiento, incluida dentro de la Maestría en Administración Mención

Gerencia de la Universidad de Carabobo, por lo que durante todo el estudio podrán apreciar las herramientas que forman parte del contenido de las materias de dicho programa de estudio, por tanto, puede establecer su grado de pertinencia. Este trabajo es aplicado a la región Central, específicamente a empresas comercializadoras del ramo médico-quirúrgico del estado Carabobo, en Venezuela.

La relevancia social de esta investigación consiste en que va dirigida a concebir a las empresas del sector médico quirúrgico en el estado Carabobo como organizaciones que aprenden, que pueden compartir conocimiento, donde se conjugan aspectos y herramientas gerenciales necesarias para poder permanecer y consolidarse en el tiempo introduciendo un cambio profundo, gradual y constante en su gestión gerencial. De igual modo, contribuir con la producción de conocimientos, aprendizaje, investigaciones, desarrollo y tecnología, formación de profesionales y consecuentemente estén disponibles para todos los interesados en cursar o trabajar en su organización.

Por otro lado, este estudio contiene implicaciones prácticas dado que los elementos para un modelo de gestión del conocimiento en empresas del sector médico quirúrgico en el estado Carabobo, podrá ser considerado como una herramienta de guía gerencial para la innovación.

En cuanto al valor teórico de esta investigación reside en el contenido documental que por medio de una revisión bibliográfica resulten de interés abordar e investigar por generaciones estudiantiles actuales y futuras, como también a investigadores en temas basados en la gerencia y gestión del conocimiento, aportando la ampliación de conocimientos sobre el tema.

También, es importante recalcar que la utilidad metodológica está referida a la ampliación de conocimientos en materia gerencial, relacionada con la vital importancia de la gestión de conocimiento, tema que resulta de interés abordar por estudiantes, profesionales y empresarios, para dar resultados de beneficio personales sociales y lucrativos dentro de una empresa.

La relevancia educativa, se justifica en el sentido que se espera que los resultados de esta investigación contribuyan a aumentar el conocimiento en el área, por tanto, además genere investigaciones cónsonas con las exigencias del país, especialmente en relación a la gestión de3l conocimiento como fuente para la innovación en las organizaciones.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

El marco teórico tiene el propósito de mostrar los basamentos de los diferentes conceptos e investigaciones que van a orientar el sentido de la investigación. Al respecto, Rodríguez (2005:57), expresa: “Es la expresión resumida, concisa y pertinente del conocimiento científico y de hechos empíricamente acumulados acerca de nuestro objeto de estudio; se elabora desde la perspectiva de una ideología y de un marco de referencia determinados”. En este capítulo se exponen los antecedentes de la investigación, las bases teóricas que lo fundamentan, las bases legales y la definición de términos básicos.

Antecedentes de la investigación

Los antecedentes son estudios previos relacionados con el problema de la investigación, que guardan alguna vinculación con el objetivo de estudio. Arias (2006: 38), afirma que: “Los antecedentes de la investigación se refiere a los estudios previos y tesis de grado relacionados con el problema planteado, es decir, investigación realizadas anteriormente y que guardan alguna vinculación con el problema en estudio”. Entre las investigaciones de mayor interés, que guardan relación con la que se desarrollará, están las siguientes:

A nivel internacional, Sánchez, I. (2015), desarrolló una Tesis Doctoral presentada en la Universidad de la Habana, para optar al título de Doctor en Ciencias de la Información, titulada: **Propuesta de Modelo de Gestión del Conocimiento para Entornos Virtuales de Aprendizaje y su Aplicación en el Área de la Salud**. La presente investigación evaluó teórica y metodológicamente el proceso de la gestión del conocimiento para entornos virtuales de aprendizaje en el Sistema Nacional de Salud de Cuba. Para ello, se examinaron los supuestos que caracterizan los procesos de la gestión del conocimiento en los entornos virtuales de aprendizaje en la comunidad científica internacional.

La construcción epistemológica del objeto de estudio se sustentó en el enfoque histórico-social, conformó su núcleo teórico básico a partir de tres categorías de análisis: interactividad social del conocimiento, aprendizaje significativo y organización estructural de la gestión del conocimiento. La investigación se basó en el enfoque cualitativo y se aplicó la lógica inductiva para analizar el fenómeno de la gestión del conocimiento y su presencia en los entornos virtuales de aprendizaje. Se propone un modelo de gestión del conocimiento para entornos virtuales de aprendizaje en salud, en aras de proveer al Sistema Nacional de Salud cubano de un modelo que integre las herramientas tecnológicas y los procesos de la gestión del conocimiento para favorecer la construcción social de conocimiento y lograr en los profesionales y técnicos de la salud las competencias y habilidades para la gestión del conocimiento. Se evaluó el modelo propuesto en la figura formativa del Diplomado Virtual Gestión de Información en Salud.

Esta investigación se vincula con la presente porque enfoca un modelo de gestión del conocimiento en el sector salud, aporta hallazgos e información relevante para la formulación de los elementos del modelo.

También, Rueda, M. (2014), presentó su Tesis Doctoral en la Universidad Carlos III de Madrid, para optar al título de Doctor en Ciencia de la Información, titulada: **Gestión del Conocimiento y la Ciencia de la Información: Relaciones Disciplinarias y Profesionales**, cuyo objetivo general fue identificar las relaciones existentes entre la gestión del conocimiento, la ciencia de la información, su grado y modo de inserción en la misma. La metodología empleada se enmarcó dentro del paradigma interpretativo, con una investigación teórica y documental.

Su fundamento práctico descansaría sobre la evidencia de que ciertas compañías presentaban un mayor valor económico que aquel que se reflejaba en sus contabilidades tradicionales, este mayor valor vendría determinado por una serie de activos empresariales inmateriales (y por tanto de difícil conteo). De entre ellos el conocimiento atesorado por los trabajadores se apuntaba como el que mayor potencial presentaba para asegurar una sostenibilidad en el tiempo de la capacidad para competir con éxito.

Concluyó que si bien la gestión del conocimiento en su origen se orientaba a otorgar un papel preponderante al trabajador, la realidad ha demostrado que, en la práctica, la gestión del conocimiento tan solo ha supuesto la posibilidad de implementar nuevas herramientas tecnológicas. Consecuentemente podemos afirmar que la gestión del conocimiento no es algo tan diferenciado de la gestión de la información como para que se pueda entender como un asunto radicalmente nuevo y distinto. A pesar de la opinión favorable y la aceptación mayoritaria de la Gestión del Conocimiento en la comunidad académica de la Ciencia de la Información, la realidad es que no se distingue una corriente propia y la implantación académica de la Gestión del Conocimiento dentro de la Ciencia de la Información es

anecdótica. Dicha investigación aporta bases teóricas y hallazgos que sirvieron de guía.

Un antecedente nacional de relevancia lo constituye el artículo realizado por Mata, Y. (2013), titulada: **Influencia de la Cultura Organizacional en la Gestión del Conocimiento en la Universidad de Oriente, núcleo de Nueva Esparta**, presentada en la Universidad de Oriente.

Expone que la gestión del conocimiento contribuye significativamente en el fortalecimiento de las organizaciones cuyo eje central es la cultura de la organización, la cual se encuentra expresada en sus integrantes en cuanto a sus valores, costumbres, creencias, ideas, sentimientos, hábitos y voluntades. Por lo expuesto, se pretende analizar la cultura organizacional para la efectiva aplicación de la gestión del conocimiento en la Universidad de Oriente, Núcleo de Nueva Esparta (UDO-NE). El trabajo de investigación fue cuantitativo, apoyado en dos teorías: la de Schein (1998), referido a cultura organizacional y la de Nonaka y Takeuchi (1995), relacionada con la gestión del conocimiento.

El estudio presenta un diseño no experimental, de tipo transaccional, nivel de investigación correlacional/causal. La población estuvo conformada por los profesores universitarios que conforman la UDO-NE, con una muestra probabilística de ciento cincuenta y ocho profesores (158) y técnica de muestreo estratificado, utilizando el método de azar simple. El instrumento utilizado fue el cuestionario.

Se determinó que los niveles cognitivos de la Cultura Organizacional afectan significativa y positivamente la gestión del conocimiento que realizan los profesores universitarios en la UDONE, por lo que es necesario asumir

cambios a nivel de la cultura que potencie la generación del conocimiento que actualmente se presenta en la institución universitaria. Esta investigación se relaciona con la presente porque hace énfasis en la gestión del conocimiento y aporta bases teóricas que sirven de soporte.

Otro antecedente nacional de interés lo constituye el artículo desarrollado por Barrigaz, N. y Bravo, M. (2012), titulada: **Gestión del Conocimiento como Fuente Transformadora en las Organizaciones del Siglo XXI**, presentada en la Universidad de Camagüey. Con el objetivo general de analizar la Gestión del conocimiento como fuente transformadora para las organizaciones.

El estudio en este campo, está fuertemente influenciado por los modelos estructurales y estratégicos, que no son siempre muy eficientes en las practicas. Son modelos analíticos funcionalistas, que intentan resolver problemas de funcionamiento gerencial atacando las dificultades que se dan en las estructuras de las organizaciones específicamente en las organizaciones de hoy. Y ello es posible porque primero, se asume que existe un problema que está muy bien definido y que puede ser resuelto; y el segundo, porque los factores políticos, sociales y culturales no generan dificultades sobre el problema. Es por esta razón, se desarrolló algunos conceptos fundamentales que permitirán enfatizar en los aspectos teóricos en lugar de concentrarse en los aspectos empiristas de la investigación. Esta investigación se orienta a partir de un gran número de reflexiones que honran la gestión del conocimiento como fuente transformadora para las organizaciones.

Concluyó que el cambio de paradigma organizacional no solo se vincula al hecho de adaptar nuevas estructuras y servicios, ni al adquirir modernas

tecnologías que agilicen los procesos que hasta ahora se han realizado de otra manera. El cambio de paradigma es un conjunto de acciones tendientes a incorporarnos a etapas nuevas de desarrollo y que se asocian a la mentalidad con que se promuevan y ejecuten estas acciones.

La vinculación de la gestión del conocimiento como fuente transformadora para los procesos, ha generado los siguientes resultados: Permiten elevar los resultados en los procesos fundamentales de las organizaciones, acelerándose la producción científica, productos y servicios con valor agregado, se incrementará el uso de la información a partir del desarrollo de la cultura informacional que viene imponiendo la calidad de servicios y la responsabilidad social, se alcanzará un posicionamiento efectivo del sistema de información en la organización, lo cual hace posible un mayor apoyo al programa de gestión de información y es evidente que la Gestión del Conocimiento competitivo en las organizaciones del siglo XX, estará bajo un eje de gerencia del recurso información, así como también la redimensiones de los centro gestor de información y productor de conocimiento, lo cual lo convertiría en el corazón y sistema circulatorio de la vida universitaria. A efectos de un modelo de industria de la información y el conocimiento tácito y expreso. Por atnto, esta investigación se realciona con la presente y sirve como antecedente porque aporta información de relevancia para su desarrollo.

Igualmente, Peña, M. (2011), desarrolló una investigación titulada: **La Gestión del Conocimiento como Alternativa para el Desarrollo de la Pequeña y Mediana Empresa en el Estado Carabobo**, presentada ante el Área de Estudios de Postgrado de la Universidad de Carabobo para optar al Título Académico de Magíster en Administración de Empresas Mención Gerencia, cuyo objetivo general fue proponer un modelo gerencial para la

gestión del conocimiento, como alternativa para el desarrollo de la pequeña y mediana empresa en el estado Carabobo, enmarcada dentro de la realización de un proyecto factible.

Concluyó que el gran reto que tienen los gerentes para el presente siglo es encontrar nuevas alternativas de desarrollo, que permitan potenciar ventajas comparativas y por consiguientes ventajas competitivas locales, pero sobre la base del empleo de los nuevos y emergente factores de producción: el conocimiento, que desplaza a la tierra, el capital y el trabajo; La productividad que tiende a concentrarse en el trabajo intelectual y en los servicios; Se debe migrar de las actividades económicas del mundo físico al virtual, a redes interactivas que permitan el desarrollo tecnológico y para realizar transacciones económicas interactivas que actualmente está cambiando hábitos sociales o culturales, de tal forma que se pueda competir en los mercados internacionales. El camino está abierto. Todo dependerá del gerente con su capacidad de comprender y aplicar las técnicas de gestión del conocimiento. Esta investigación está relacionada con la presente y aporta modelos de gestión de conocimiento que sirve como fundamento.

Se encontró también que Miranda, J. (2011), desarrolló una investigación presentada en La Universidad Nacional de los Llanos para optar al título de Magíster Scientiarum en Gerencia Pública, titulada: **Propuesta de un Modelo Gerencial Basado en la Gestión del Conocimiento Orientada a las Empresas de Servicio Público de Comercialización de Gas de la Región Centro Occidente de Venezuela Según Distribución Geográfica de PDVSA Gas, S.A.**, planteó el objetivo de proponer un modelo gerencial basado en la gestión del conocimiento orientada a las empresas de servicio público de comercialización de gas caracterizada por buscar los hechos y causas de los fenómenos sociales, prestando escasa atención a los estados

subjetivo de los individuos, utilizando mediciones controladas, está orientado a la comprobación, al resultado, datos sólidos y repetibles, es generalizable.

La metodología empleada se basó en una investigación de de carácter cuali-cuantitativa y se fundamentó por los resultados obtenidos en la aplicación del instrumento. Concluyó que la importancia de la implementación de estrategias permite disminuir la desinformación en función de los planes estrategias, visión y misión de la empresa, desconocimiento de políticas, técnicas y procedimientos de atención al cliente, entre otras informaciones importantes para mejorar el servicio. Por lo que la empresa debe buscar estrategias para ir formando empleados que tengan interés máximo en trabajar, y sepan encontrar en el trabajo una fuente permanente y constantemente cambiante de nuevas emociones que haga del trabajo algo creador y nuevo. Dicha investigación aporta bases teóricas así como evidencias e instrumentos que servirán para la fundamentación y como guía.

Igualmente, un Trabajo de Grado local lo desarrolló Elkhouri, S. (2011), presentado en la Universidad de Carabobo para optar al título de Magíster en Administración de Empresas Mención Gerencia, titulado: **La Incidencia de la Gestión del Conocimiento en la Eficacia del Capital Humano de las Empresas Inmobiliarias, Ubicadas en la Ciudad de Valencia**, cuyo objetivo fue analizar la incidencia de la gestión del conocimiento del capital humano en el volumen promedio de ventas mensuales de las empresas inmobiliarias ubicadas en la ciudad de Valencia.

Para el desarrollo de este trabajo de investigación basada en el paradigma positivista, del tipo descriptivo y de campo, fue desarrollado aplicando el método de observación simple y el método cuasi experimental, en los cuales las técnicas desarrolladas fueron: la entrevista y la encuesta, en los cuales

se aplicaron como instrumentos la guía prediseñada y el cuestionario; éste último constó de 5 preguntas de selección múltiple, basada en la escala de Likert, y una pregunta abierta, con la finalidad de ofrecer la oportunidad de que los 6 integrantes de la muestra utilizaran la propuesta que en su opinión podrían mejorar el taller al cual asistieron.

Una vez realizado el plan de gestión, se realizó seguimiento durante un periodo de un año para una posterior comparación de volumen de ventas tanto en el grupo al cual le aplicó el plan de gestión se realizó seguimiento durante un período de un año para una posterior comparación de volumen de ventas tanto al grupo al cual le aplicó el plan de gestión, como a los grupos que continuaron sus actividades normalmente, siendo las principales observaciones que el primer grupo vendió un promedio de 7 apartamentos mensuales, mientras que el resto de los vendedores obtuvo un promedio de 4 apartamentos.

Entre otras conclusiones valiosas, se puede mencionar que la gestión de conocimiento incrementó el volumen de ventas mensuales de inmueble en las inmobiliarias en un estudio en la ciudad de Valencia, además de ello se pudo apreciar que entre los principales intereses de los clientes para adquirir un inmueble, los factores primordiales son la disponibilidad económica y la localización del inmueble.

Esta investigación guarda estrecha relación con el presente trabajo de grado, ya que muestra los impactos que tiene la gestión del conocimiento en la productividad de una empresa, mejorándose los resultados económicos derivados de actividades más eficientes y eficaces. Todo lo anterior es importante para el desarrollo de los elementos del modelo de gestión del conocimiento que se plantea en esta investigación, debido a que se

propondrán acciones efectivas para que las Pymes puedan crecer en el mercado mediante el desarrollo integral de su capital humano.

También, se encontró como antecedente nacional, la investigación realizada por Reyes, R. (2011), titulada: **Gerencia del Conocimiento Organizacional en las Instituciones Públicas del Sector Salud**, Trabajo de Grado presentado como requisito para optar al título de Magíster Scientiarum en Planificación y Gerencia de Ciencia y Tecnología en la División de Estudios para Graduados en la Universidad del Zulia, con el objetivo de explorar la gerencia del conocimiento organizacional en las instituciones hospitalarias públicas tipo IV del sector salud, empleando como aproximaciones teóricas los aportes de Nonaka y Takeuchi (1999), Koulopoulos y Frappaolo (2000), Davenport y Prusak (2001), Drucker (2004), entre otros.

Realizó una investigación exploratoria, armada con un diseño transeccional y de campo, sobre la base de algunos elementos descriptivos extraídos de las aproximaciones teóricas. La población estuvo conformada por las dos únicas instituciones hospitalarias públicas tipo IV del Estado Zulia: el Servicio Autónomo Hospital Universitario de Maracaibo y el Hospital General del Sur. Seleccionó 48 informantes de las diferentes áreas pertenecientes al Hospital Universitario de Maracaibo y Hospital General del Sur respectivamente, entre los que destacan directores, subdirectores, gerentes, jefes de divisiones, de departamentos y de unidades. El instrumento para la recolección de datos fue diseñado bajo el criterio de alternativas múltiples, utilizando la escala Likert. El mismo fue validado por 10 expertos en la variable de estudio y en metodología de investigación. Se aplicó el coeficiente de Alfa Cronbach, cuyo valor arrojó un resultado

confiable de 0.95. Para el análisis de datos se utilizó la estadística descriptiva, el porcentaje y la media como medidas de tendencia.

En esta investigación, concluyó que existe un alto grado de formalización en la gerencia del conocimiento organizacional en las instituciones públicas tipo IV del Estado Zulia, por cuanto sus gerentes expresaron actitudes favorables a los modos de generación de conocimiento organizacional, intraorganizacional e interorganizacional, así como un alto grado de liderazgo en cuanto a las competencias personales, empresariales y funcionales; no obstante, en cuanto al uso de las tecnologías de información, se determinó un grado moderado de su uso para la gerencia del conocimiento, debido a que los beneficios y niveles de utilización de las mismas han resultado insuficientes, por no contar las instituciones estudiadas con recursos tecnológicos de avanzada en cuanto a comunicaciones interactivas se refiere.

Tales resultados evidencian que, a pesar de su formalización gerencial como proceso, dirigido a la solución de problemas mediante la transferencia y socialización del conocimiento organizacional, los líderes de las instituciones estudiadas no han podido implantar soluciones estratégicas que les permitan difundir el conocimiento dentro de esas instituciones, para influir en sus trabajadores de una forma más asertiva.

Esta investigación se vincula con la que se pretende desarrollar porque hace énfasis en la gestión del conocimiento y aporta información relevante del tema, que servirá como soporte.

Un estudio previo a nivel internacional, lo realizó Calderón, M. (2011), a través de su Tesis Doctoral presentada en la Universidad Complutense de

Madrid Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales Departamento de Economía Aplicada II (Estructura Económica y Economía Industrial), para optar al título de Doctor en Ciencias Empresariales, titulada: **El Valor Estratégico de los Acuerdos de Colaboración para la Adquisición de Conocimiento en Procesos Abiertos de Innovación: Con Especial Atención al Sector de las TIC en España**, la cual tiene como objetivos comprobar los factores que caracterizan el establecimiento de relaciones de colaboración, para la adquisición de conocimiento en el desarrollo de las actividades de innovación e identificar características comunes entre empresas del sector de las TIC en España, que puedan explicar la elección estratégica de incorporar socios en los procesos de innovación e involucrarse en el entorno abierto.

Concluyó que la consulta a la información contenida en las bases de datos de patentes, permitió detectar distintos comportamientos en empresas españolas del sector. Siguiendo los criterios establecidos en la metodología, en primer lugar, detectó la presencia de procesos abiertos a partir de la colaboración en la actividad innovadora. En seguida, al observar la tendencia del uso de otras patentes deseaba detectar el uso de fuentes externas del conocimiento.

Además al examinar los datos sobre inventores y titulares de la patente, permitieron con estos datos dar respuesta a los planteamientos de la tesis. Propone una serie de futuras líneas de investigación que permitirán adentrarse de manera más concreta en el estudio de los procesos abiertos para la innovación, por lo que presenta los siguientes resultados como una aproximación al cumplimiento de los objetivos de investigación.

Encontró en la primera sección del análisis empírico que el establecimiento de acuerdos de colaboración por parte de empresas del sector de las TIC en España, está positivamente relacionado con el número de inventores que se incorporan al proceso de innovación, así como con la presencia de inventores de origen extranjero. De la misma firma encontró una influencia positiva a partir del uso de citas de patentes y de artículos científicos.

Así mediante el contraste de hipótesis, pudo aceptar cuatro de ellas y comprobar cuáles son los factores que caracterizan el establecimiento de relaciones de colaboración, para la adquisición de conocimiento en el desarrollo de las actividades de innovación. Es decir, respecto a la Influencia de los participantes, son: el número y la nacionalidad de los inventores y en cuanto a la búsqueda de conocimientos externos la presencia de citas de patentes y de artículos científicos.

Dicha investigación se relaciona con la que se pretende desarrollar, dado que enfatiza la gestión del conocimiento a nivel gerencial, su valioso aporte radica en la fundamentación teórica, instrumento y los resultados emanados, los cuales servirán como soporte.

Bases Teóricas

Esta sección comprende las bases teóricas, de la que Arias (2006: 39), afirma: “Comprende un conjunto de conceptos y proposiciones en el punto de vista o enfoque determinado, dirigido a explicar el fenómeno o problema

planteado”. La presente investigación se fundamenta en los siguientes ejes temáticos: Gestión del Conocimiento e Innovación.

Gestión del Conocimiento

La gestión del conocimiento surge a partir de tres fuerzas económicas: la rápida obsolescencia de la base de competencias, la urgencia por valorar intangibles, en gran medida por la ola de fusiones y adquisiciones y por la integración de soluciones de tecnologías de la información. Al respecto, Molina y Monserrat (2002), acotan que:

Para que una organización funcione es necesario disponer, entre otras cosas, de una estrategia, de un plan de objetivos y un sistema de control de la gestión, un conjunto de procesos básicos definidos y asegurados, un sistema de comunicación interna y de evaluación del rendimiento, una cultura corporativa propia. La novedad consiste en el hecho de que hasta ahora la combinación de esos elementos era condición suficiente para competir con éxito (se da por supuesta la existencia de un mercado activo de productos y servicios). Mientras que actualmente solo es condición necesaria. Para competir con éxito o simplemente mantenerse en el mercado, es preciso aprovechar todas las sinergias existentes en la organización y garantizar un ritmo de aprendizaje que se acerque lo máximo posible al ritmo de cambio del mercado y, allí donde sea posible, lo supere la innovación. (p. 6).

En función de lo citado, se puede señalar que la gestión del conocimiento conduce a que las organizaciones logren competir de manera exitosa en el mercado aprovechando las sinergias, garantizando el aprendizaje y con una

cultura innovadora para enfrentar los cambios que ocurren en el mercado día a día.

Según Benavides y Quintana (2003: 37), existen dos elementos fundamentales en este tipo de gestión y son el capital intelectual y el conocimiento. La gestión del conocimiento, a través de un conjunto de procesos y automatizaciones, persigue que el capital intelectual aumente, mediante la administración de sus capacidades y actitudes que promueven la solución de problemas en forma eficiente, con el fin de generar ventajas competitivas. Por lo tanto, gestionar el conocimiento implica la administración de todos los activos intangibles que aportan valor a la organización para conseguir nuevas capacidades, o competitividad, y proyección ante el entorno.

Modelos de Gestión del Conocimiento

En la actualidad existen muchos autores que han planteado modelos, sistemas o teorías sobre la gestión del conocimiento, entre estos están:

Modelo Dinámico de Gestión del Conocimiento "La Rotación del Conocimiento". Zabala (2000). En este modelo se plantea que el proceso que se sigue con el conocimiento es cíclico, en el sentido que está en permanente retroalimentación, el cual lo define bajo el término "rotación del conocimiento". En este movimiento se produce seis tipos de procesos directamente asociados con el aumento de los conocimientos o del capital intangible de la organización, a su vez se producen entre los tres agentes que albergan conocimiento, estos son:

Las Personas; sus conocimientos se corresponde con los llamados conocimientos tácitos, resultante de la formación y la experiencia directa e indirecta.

Los Productos, Productos y Sistemas; que contienen inteligencia empaquetada (saber hacer estructurado), que posibilita su uso sin tener siquiera un conocimiento superficial de los conocimientos básicos del mismo.

El Entorno y el Mercado; ambos contribuyen a aportar conocimiento sobre tecnologías potenciales y sobre las demandas que se van a producir.

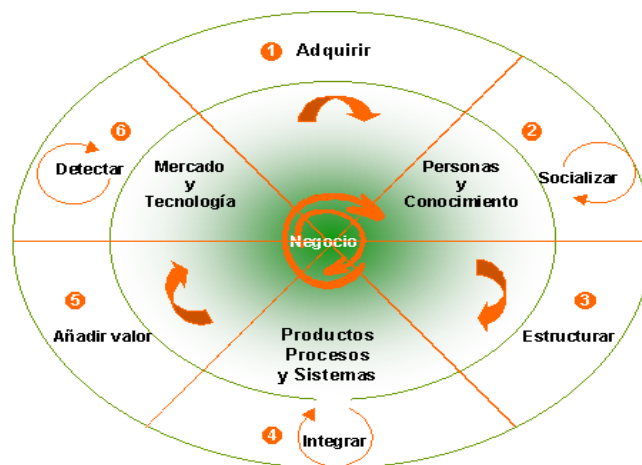


Figura 1. Modelo Dinámico de Gestión del Conocimiento
Fuente: Zabala (2000).

En donde:

Adquirir conocimiento del entorno; la organización, a través de la vigilancia tecnológica de la formación y de los procesos de selección de personal, desarrolla labores activas de adquisición de conocimientos.

Socializar el conocimiento; el conocimiento tácito debe hacerse explícito y poder difundirse entre diversas personas, que lo puedan necesitar, en distintas áreas de la organización.

Estructurar el conocimiento; consiste en avanzar un paso más y cristalizar el conocimiento en sistemas, productos o procesos, haciendo uso de la tecnología adecuada para cada momento. Integrar el conocimiento; se produce cuando combinamos sistemas o transferimos conocimiento entre dos áreas de las tecnologías de la información, estamos ejerciendo un papel multiplicador de conocimiento.

Añadir valor; sólo si se llega a este punto tiene sentido haber emprendido el camino de adquirir el conocimiento.

Detectar las oportunidades que dé el conocimiento; por medio de un buen conocimiento del entorno podremos actuar y decidir que tipo de conocimiento son críticos para ser incorporados en la organización.

Modelo de Gestión del Conocimiento de KPMG CONSULTING, (Tejedor y Aguirre, 1998). La finalidad de este modelo es la exposición clara y práctica de los factores que condicionan la capacidad de aprendizaje de una organización, así como los resultados esperados del aprendizaje.

Una de las características esenciales de este modelo es la interacción de todos sus elementos, que se presentan como un sistema complejo en el que las influencias se producen en todos los sentidos.

Los factores condicionantes del aprendizaje, son:

- Compromiso firme y consciente de toda la organización, en especial de sus líderes, con el aprendizaje generativo, continuo, consciente y a todos los niveles.
- Comportamiento y mecanismo de aprendizaje a todos los niveles. Disponer de personas y equipos preparados es condición necesaria pero no suficiente para tener una organización capaz de generar y utilizar el conocimiento mejor que las demás.

Este modelo plantea que es necesario desarrollar mecanismos de creación, captación, almacenamiento, transmisión, e interpretación del conocimiento, permitiendo el aprovechamiento y utilización del aprendizaje que se da en el nivel de las personas y estructuras que condicionan el funcionamiento de la organización, el comportamiento de las personas y grupos que la integran, para favorecer el aprendizaje y el cambio.

El Proyecto Intellect, nació en el año 1997 con la pretensión de presentar una metodología de análisis y una propuesta de modelo de medida del capital Intelectual. La justificación de este trabajo la tenemos en la preocupación de diferentes grupos de interés en el ámbito de las Administraciones Públicas, que son las responsables de una asignación eficiente de recursos públicos, por lo que también necesitan una información completa y relevante por conocer como se crean y se miden los activos intangibles; así como por ver como se puede desarrollar una metodología de análisis y sus consecuentes herramientas de gestión, de forma que se pueda realizar una evaluación del capital intangible y la gestión de los flujos de conocimiento que lo crea (Euroforum, 1998).

El modelo se caracteriza porque:

- Enlaza el capital intelectual con la estrategia de la empresa.
- Es un modelo que cada empresa debe personalizar.
- Es abierto y flexible.
- Mide los resultados y procesos que lo generan.
- Aplicable.
- Visión sistemática.
- Combina distintas unidades de medida.

Moya (2009), hace referencia en que las experiencias sobre modelos de capital intelectual han revelado la necesidad de dotar a cualquier modelo de unas características:

- Enlace necesario del modelo con la estrategia de la empresa: genéricamente, existe una gran diversidad de elementos intangibles que podrían aportar valor a la empresa, así como diferentes indicadores para evaluar cada elemento. La importancia que tengan para cada empresa los diferentes elementos (y su medición) dependerá de cuál sea su estrategia concreta.
- Modelo personalizado para cada empresa: como consecuencia de lo anterior, es preciso atender al caso particular de cada empresa, al momento de su ciclo de vida y a su estrategia de futuro, para determinar la forma que adoptará el modelo. No se puede aplicar directamente en una empresa el modelo desarrollado para otra organización, incluso del mismo sector, porque las estrategias en ambos casos serán distintas y, por lo tanto, la priorización y detalle de elementos, así como la forma concreta de medirlos.

-

- Medición no sólo de resultados, sino también de los procesos que los generan: los elementos de capital intelectual no sólo se miden por los valores que alcanzan en sí mismos, sino también por los mecanismos para conseguir tales resultados. La indagación sobre los procesos que generan unos determinados conocimientos lleva a descubrir nuevos intangibles sobre los que se fundamenta el valor de la empresa.
-
- Aplicabilidad: el deseo de diseñar un modelo aplicable y relevante para las empresas de nuestro entorno exige un equilibrio entre el rigor conceptual y la sencillez en su comprensión y facilidad de aplicación.

Estructura del modelo intelect:

La siguiente figura presenta los grandes bloques en los que se estructura el modelo.



Figura 2. Modelo de Medición de Capital Intelectual
Fuente: Ramírez (s/f).

Bloques: Es la agrupación de Activos Intangibles en función de su naturaleza (Capital Humano, Capital Estructural y Capital Relacional).

Elementos: son los activos intangibles que se consideran dentro de cada bloque. Cada empresa en función de su estrategia y de sus factores críticos de éxito, elegirá unos elementos concretos.

Indicadores: es la forma de medir o evaluar los elementos. La definición de indicadores debe hacerse en cada caso.

En donde:

Capital humano: se refiere al conocimiento (explícito o tácito) útil para la empresa que posee las personas y equipos de la misma, así como su capacidad para regenerarlo; es decir, su capacidad de aprender. El capital humano es la base de la generación de los otros dos tipos de capital intelectual.

Capital estructural: es el conocimiento que la organización consigue explicar, sistematizar e internalizar y que en un principio puede estar latente en las personas y equipos de la empresa. Quedan incluidos todos aquellos conocimientos estructurados de los que depende de la eficacia y eficiencia interna de la empresa: los sistemas de información y comunicación, la tecnología disponible, los procesos de trabajos, los sistemas de gestión.

Capital relacional: se refiere al valor que tiene para una empresa al conjunto de relaciones que mantienen con el exterior. La calidad y sostenibilidad de la base de clientes de una empresa y su potencial para generar nuevos clientes en el futuro, sus cuestiones claves para su éxito, como también lo es el conocimiento que puede obtenerse de la relación con otros agentes del entorno. Dimensiones Incorporadas:

Presente/Futuro: estructuración y medición de los activos intangibles en el momento actual y sobre todo, revelar el futuro previsible de la empresa, en función a la potencialidad de su Capital Intelectual y a los esfuerzos que se realizan en su desarrollo. Interno/Externo: debemos identificar intangibles que generan valor desde la consideración de la organización como un sistema abierto. Se consideran los activos internos (creatividad, personas, sistemas de gestión de la información) y externos (imagen de marca, alianzas, lealtad).

Flujo/Stock: el modelo tiene un carácter dinámico, ya que no solo pretende contemplar el stock de capital intelectual en un momento concreto del tiempo, sino también aproximarse a los procesos la conversión entre los diferentes bloques de capital intelectual.

Explicito/Táctico: no solo se consideran los conocimientos explícitos (transmisibles), sino también los más personales, subjetivos y difíciles de compartir. El adecuado y constante transvase entre conocimientos tácticos y explícitos es vital para la innovación y el desarrollo de la empresa.

Modelo de Skandia (Edvinsson y Malone 1997). Hubert Saint-Onge y Charles Armstrong, especialistas en las teorías del Capital Intelectual, han contribuido con muchos e importantes aportes, entre los que destaca la idea de plataforma de valor. En la que exponen que no basta con tener los tres factores actuales separados (humano, estructural y relacional) como fuentes independientes de Capital Intelectual, sino que tienen que concertarse para que se complementen los unos a los otros.

En la intersección de los tres factores esta la plataforma de valor, la fuente de creación de todo valor por la organización. El modelo plantea que; la fusión de los tres tipos de capital, junto con la gestión del conocimiento, produce el resultado deseado: una organización tan bien concertada y balanceada que rinda el mejor capital financiero posible (valor).

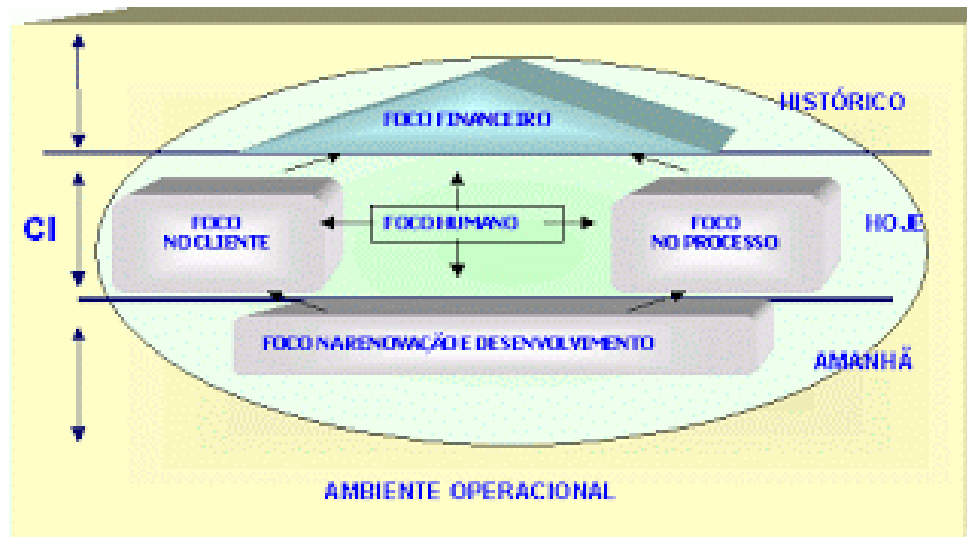


Figura 3. Modelo de Skandia
 Fuente: Edvinsson y Malone (1997).

En donde:

Capital humano, son todas la capacidades que tienen los individuos y los conocimientos que generan, las habilidades y destrezas de los empleados y gerentes. Tienen que ser algo más que la simple suma de estas medidas; debe captar igualmente la dinámica de una organización inteligente en un ambiente competitivo cambiante. Incluye también las competencias entre empleados, revisar el ambiente y las competencias que requieren desarrollar o adquirir los objetivos estratégicos.

Capital organizacional: Es la competencia sistematizada, empacada y codificada de una organización, lo mismo que los sistemas de multiplicar la eficiencia de esa capacidad. Incluye las capacidades organizacionales desarrolladas en cuanto a los sistemas, herramientas, cultura corporativa, metodología para el cálculo de riesgos. Las bases de datos de información de los clientes y los sistemas de conocimiento, tales como el e-mail y los sistemas de tele conferencias.

Capital relacional, las relaciones de una institución con sus clientes son distintas de su trato con los empleados y los socios estratégicos, y esta relación es de importancia absolutamente central para el valor de la institución.

Innovación

Con relación a la innovación, Bochetto (2008), sostiene:

La teoría de la innovación está muy asociada a la competitividad; aún no alcanza a comprometerse abiertamente con el desarrollo (ésta es su gran debilidad). El fin último de todas las actividades de innovación es mejorar los resultados de las empresas (privadas y públicas). El vínculo entre la innovación y el progreso económico es el máximo interés. En este contexto, las innovaciones comprenden mejoras no sólo en el contexto tecnológico, sino también impactos en el desarrollo de productos (bienes o servicios), de procesos, de comercialización u organización. También se asume que factores regionales pueden influir en la capacidad de innovación de las empresas. (p. 42).

De la definición anterior se desprenden aspectos de suma importancia, a los que vale la pena referirse como son la mejora de los resultados en las empresas, el impacto en los servicios y en los procesos organizacionales. En tal sentido, a través de la innovación, las empresas del sector médico quirúrgico podrán mejorar los resultados y los procesos actuales tanto interna

como externamente. A tal efecto, Martínez (2006) manifiesta que la empresa innovadora debe contemplar:

Tiene equipos de trabajo comprometidos, voluntad empresarial que asume riesgos y, sobre todo, mucho trabajo duro diario resolviendo problemas, satisfaciendo necesidades, siendo creativos, mejorando productos y servicios y, por encima de todo, personas que sean capaces de romper el miedo al cambio. Estas características son las que permiten a algunas empresas sorprender al mercado, a la competencia y ser líderes en el mercado y líderes en innovación. (p. 2).

En concordancia con la definición anterior, vale señalar que la empresa innovadora debe adaptarse a contextos cambiantes, manejando y aplicando diversos conocimientos, lo cual se logra a través de procesos de formación y de aprendizaje que conduzcan a la solución de problemas concretos.

Una innovación no requiere necesariamente de la obtención previa de un conocimiento nuevo; sin embargo, para que las actividades innovativas tengan cierta continuidad en un campo dado, es necesario explorar y comprender una gama creciente de saberes vinculados; para ubicar y reconocer donde se encuentra el conocimiento que puede ser útil; es preciso mantenerse al día con el estado del arte en varios terrenos; todo ello es muy poco viable sin capacidades para generar conocimientos.

Para adaptarse a contextos cambiantes y, en general para alterar rutinas, interpretando a Martínez (2006), es imprescindible manejar variados conocimientos y poder aplicarlos. La capacidad para ello se forja en dos tipos de actividades, no necesariamente separadas: por un lado, los procesos de formación, en sus diversos niveles y modalidades, los aprendizajes en los

marcos educativos; por otro lado, los procesos de aprendizaje mediante las oportunidades prácticas de aplicar nuevos conocimientos, en particular a la solución de problemas concretos, aprender haciendo, mediante el uso y la resolución.

Las capacidades que así se forjan son las que se usan para identificar el tipo de conocimientos que hace falta para llevar a cabo una cierta innovación para ubicar las fuentes y los interlocutores, a través de los cuales es viable aproximarse a tal conocimiento, y también para participar en los diálogos que posibiliten el manejo eficiente del conocimiento en cuestión.

En sus primeros estudios, Freeman (1974) resalta la importancia del papel del conocimiento científico en la innovación. Dejando a un lado las simplificaciones de los análisis que suponían los modelos anteriores, con respecto al conocimiento científico, el autor argumenta que este no es exógeno al proceso innovador, tal como lo planteaba Schumpeter, al contrario, expone que cada vez existe una mayor interacción entre la ciencia y la tecnología.

Del mismo modo, señala que, aunque el conocimiento científico es elemental para el proceso innovador y tecnológico, la evidencia de los estudios realizados por Schumpeter muestra que algunas veces las empresas se benefician de la ciencia de una manera indirecta, es decir a través de la contratación de mano de obra que posea conocimientos nuevos en materia tecnológica procedentes del sistema educativo, que mediante la propia producción científica.

Sin embargo, insiste, que no se puede generalizar, puesto que diversos estudios manifiestan que la relación entre la ciencia y la tecnología depende específicamente de la industria y del tipo de innovación. (Freeman, 1974).

La innovación debe ser vista como un proceso interactivo, en el cual la empresa, adquiere conocimientos a través de su propia experiencia en los procesos de diseño, desarrollo, producción y comercialización, así como también se instruye continuamente de las relaciones que tenga con otras fuentes externas, entre las cuales se mencionan las siguientes: los proveedores, los consumidores y las diversas instituciones, bien sean universidades, centros de investigación, asesores o las empresas competidoras. Estas relaciones en conjunto forman un proceso complejo, con particulares diferentes para todas y cada una de las tecnologías e industrias que dependen en gran medida del entorno de la empresa (COTEC, 1998).

Así mismo, Freeman (1975) destaca la importancia trascendental que para la innovación y para el éxito de las empresas tiene la acumulación interna de conocimientos mediante los procesos formales de formación y capacitación del personal o mediante la experiencia, aunque también reconoce la dificultad de definir este aspecto con precisión y de medirlo correctamente.

Teoría de la Innovación

Joseph A. Schumpeter es uno de los autores más reconocidos por su trabajo del ciclo de negocios. A partir de su obra fundamental, de 1912, y en las obras subsiguientes de 1939 y 1942, establece su teoría de los ciclos con base a las innovaciones, al papel del empresario emprendedor, la aparición

en masa de emprendedores, de productos y de industrias. A Schumpeter se le reconoce como el creador de la “teoría de la innovación”. Su definición de innovación es a través de la función producción, esta describe la manera en que las cantidades de productos varían si los factores de producción también cambian.

Schumpeter entendía las innovaciones como variaciones importantes en el sistema económico viéndolas como cambios históricos e irreversibles en la manera de hacer las cosas; que se expresan como cambios en los métodos de producción y el transporte, o en la organización industrial, o en la producción de un nuevo artículo, o en la apertura de nuevos mercados o de nuevas fuentes de materias; cambios fundamentales en algunos de los sectores anteriores o en varios. Son tan importantes las innovaciones que de ellas dependen los períodos recurrentes de prosperidad del movimiento cíclico; fase que él considera como “la forma que toma el progreso en una sociedad capitalista”. (Rodríguez, 2005).

Schumpeter también introdujo el papel del entrepreneur; lo definió como el individuo que lleva a cabo las innovaciones y construye nuevas empresas (enterprise). El emprendedor no tenía que ser el “inventor” de una mercancía o el introductor de algún proceso, tampoco tenía, necesariamente, que ser quien aportara el capital. Veía en el capitalismo la existencia de una maquinaria o mecanismo que permitía que la gente actuara como entrepreneur, sin haber adquirido previamente los medios necesarios; según él lo que realmente importaba para ser este tipo especial era el “liderazgo” y no la propiedad de los medios. (Rodríguez, 2005).

En su primera elaboración de la teoría del ciclo económico, en 1912, consideró a la innovación como el factor económico más importante en los cambios del capitalismo. Suponía que el modo en que aparecen las

innovaciones y la manera en que son absorbidas por el sistema económico era suficiente para explicar las continuas revoluciones económicas que son la característica principal de la historia económica. (Rodríguez, 2005).

En el capítulo sobre el ciclo económico en su trabajo de 1912, explica las crisis o las fluctuaciones económicas por una cadena objetiva de causación, es decir, por el efecto de la aparición de nuevas empresas sobre las condiciones de las existentes anteriormente, así el auge finaliza y la depresión comienza después del período de tiempo que debe mediar antes de la aparición en el mercado de los productos de las nuevas empresas. Y un nuevo auge sucede a la depresión cuando se haya terminado el proceso de reabsorción de las innovaciones. (Rodríguez, 2005).

Schumpeter concluyó su exhaustiva investigación en dos puntos: primero, que se debía tratar al capitalismo como un proceso de evolución, y que los problemas fundamentales arrancaban de este hecho; y, segundo, que esta evolución no consistía en los efectos de los factores externos (incluso factores políticos) sobre el proceso capitalista, ni en los de un lento crecimiento del capital, ni de la población, sino en esa especie de mutación económica, además, concluye que las nuevas empresas surgen en grupo o en racimos, impulsadas por las innovaciones, en medio de una lucha de lo nuevo contra lo viejo, y, finalmente predominan las nuevas enterprises, impulsando el crecimiento económico por medio de la inversión capitalista. (Rodríguez, 2005).

Por otro lado Schumpeter considera que los empresarios aparecen en grupo y no continuamente, de manera individual: por el hecho de que la aparición de uno o más empresarios facilita la de otros, y éstos a su vez la de nuevos grupos, cada vez en mayor número. Esto explica el largo proceso de

desarrollo a partir del surgimiento de las innovaciones, de manera breve sería lo siguiente: la aparición de los nuevos emprendedores surge en periodos difíciles, en situaciones “no expansivas” y con muchas dificultades, porque son pocos los hombres que poseen esas cualidades de dirección, pero a medida que algunos de los pioneros avanzan, otros empresarios los siguen, ahora con menos obstáculos y bajo el estímulo del futuro éxito hasta que se hace familiar la innovación y es ampliamente aceptada.

Cabe destacar que al aparecer condiciones de menores obstáculos y un proceso de desarrollo cada vez más aceptadas, son menores las cualidades de dirección necesarias para llevar a cabo subsiguientes innovaciones, y será menos pronunciada la aparición en grupos de los empresarios, y tanto más suave el movimiento cíclico. (Rodríguez, 2005).

La aparición de las nuevas combinaciones es lo que explica de forma fácil y necesaria los factores fundamentales de la expansión y se expresa por una mayor inversión de capitales, siendo las industrias de medios de producción las que presentan un estímulo anormal; también aparece en masa un nuevo poder de compra y un alza de precios que caracteriza al auge, y es acompañado con una disminución del desempleo y un alza de salarios y de tasa de interés, un aumento de costos y un efecto de olas secundarias y la expansión de la prosperidad por todo el sistema económico. (Rodríguez, 2005). Schumpeter, es considerado el pionero en los estudios sobre innovaciones y partiendo de su teoría de los ciclos económicos, incorpora a ésta, el papel que desempeña el empresario y la empresa sobre el desarrollo de las innovaciones, se abre paso entonces, al inicio de una serie de estudios, que buscan aunar aún más sobre este campo que empezaba a tomar una importancia radical en el contexto económico de la época y de las

futuras economías. En consecuencia surge la Economía de las Innovaciones que a continuación se precisa.

Definición de Términos Básicos

Capital Intelectual: Se asocia con el conocimiento y puede evidenciarse que las sociedades viven periodos de transición y de cambios, en los que el conocimiento es y será el recurso principal, basado en valores claves como la productividad y la innovación, producto de la generación de nuevos conocimientos. (Ducker, P; 223, reseñado por Del Canto, E. 2014: 17).

Capital Humano: Es la suma de las capacidades que incluye una eficiencia productiva en los individuos o en las colectividades. Estas capacidades pueden ser varias: salud, fuerza física, conocimientos generales o técnicos, teniendo dos características claves: el saber (producto de la información que puede obtenerse a través de la tecnología) y el hecho de que los individuos pueden apropiarse del saber transformándolo en conocimiento útil para éstos y para la organización. (Del Canto, E.; 2014: 33).

Competencias: Abarca los conocimientos, las aptitudes, las aptitudes profesionales y los conocimientos técnicos especializados que se aplican y determinan en un contexto específico. (Organización Internacional del Trabajo, 2004; reseñado por Del Canto, E. 2014:17).

Comunicación: Es la transferencia de información de un emisor a un receptor, el cual debe estar en condiciones de comprenderla. (Koontz y Weihrich, 1998; reseñado por Del Canto, E. 2014: 17).

Estructura organizativa: debe tener en cuenta los retos a los cuales debe hacer frente la organización a la que sirve. Debe, también, contribuir a obtener unos resultados que estén a la altura de los medios económicos, tecnológicos o humanos puestos en acción. (Córdoba, 2005: 39).

Investigación y Desarrollo: Conjunto de actividades creativas emprendidas de forma sistemática, a fin de aumentar el caudal de conocimientos científicos y técnicos, así como la utilización de los resultados de estos trabajos para conseguir nuevos dispositivos, productos, materiales o procesos. Comprende esta actividad la investigación fundamental, la investigación aplicada y el desarrollo tecnológico. (Eustat, 2004).

Talento Humano: Son “dotes intelectuales” que destacan en una persona. (Alles, M. 2008, reseñado por Del Canto, E. 2014: 18).

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

El marco metodológico representa un mecanismo de control de la investigación, ya que los investigadores pueden verificar, por cada fase cumplida, si se van logrando de manera secuencial los logros parciales del estudio. Cabe citar a Sabino, C. (2002: 118) quien señala que el marco metodológico puntualiza: “En cuanto a los elementos que es necesario operacionalizar pueden dividirse en dos grandes campos que requieren un tratamiento diferenciado por su propia naturaleza: el universo y las variables”. Esta sección presenta la naturaleza de la investigación, diseño de la investigación, población y Muestra, técnicas e instrumentos de recolección de datos, técnicas de análisis de datos, validez del instrumento, confiabilidad del instrumento y operacionalización de las variables.

Naturaleza de la Investigación

La investigación está enmarcada dentro de la modalidad de campo, que según Ramírez, T. (2006: 19), “consiste en la recolección de datos directamente de la realidad donde ocurren los hechos, sin manipular o controlar variables”. En tal sentido, la investigación es de campo porque se ejecutó directamente en empresas comerciales del sector médico quirúrgico en el estado Carabobo.

De acuerdo con el nivel, la investigación es descriptiva, de la cual Arias F (2006: 24), alude: “Consiste en la caracterización de un hecho

individuo o grupo, con el fin de establecer su estructura o comportamiento”. En concordancia con lo citado, vale señalar que la investigación tiene un nivel descriptivo porque se diagnosticó la situación actual que caracteriza la gestión del conocimiento en empresas comerciales del sector médico quirúrgico en el estado Carabobo.

Diseño de la investigación

Sabino, C. (2002: 63), define diseño de la investigación como “una estrategia de trabajo que el investigador determina una vez que haya alcanzado suficiente claridad respecto a su problema y que oriente y esclarece las etapas que habrán de acometerse posteriormente”.

Esta investigación tiene un diseño no experimental y transeccional, ya que los fenómenos fueron observados sin alterar la forma en que ocurren naturalmente en su contexto, con el fin de analizarlos, luego de obtener la información que permitió inferir acerca del problema de la investigación. En tal sentido, en cuanto al diseño no experimental, Balestrini, M. (2006: 18), refiere: “se observan los hechos estudiados tal como se manifiestan en su ambiente natural y en este sentido, no se manipulan variables de una manera intencional”. Por lo tanto, en relación a la definición de Balestrini (ob. cit), vale recalcar que los datos fueron recopilados directamente al personal que trabaja en empresas comerciales del sector médico quirúrgico en el estado Carabobo.

Población

Sabino, C. (2002:83), define como población en un sentido amplio, “no es más que eso, una parte del todo que llamamos universo y que sirve para representarlo”. A los fines de esta investigación, la población está conformada por treinta y dos (32) empresas comerciales del sector médico quirúrgico en el estado Carabobo.

Muestra

Tamayo y Tamayo, M. (2006: 115), expresa que “cuando seleccionamos algunos de los elementos con la intención de averiguar algo sobre la población de la cual están tomados, nos referimos a la muestra”.

Una vez definida la población o universo de estudio, se procedió a extraer una muestra representativa de este universo. Para ello se seleccionó un muestreo no probabilístico intencional o de conveniencia. Por lo que en la investigación la muestra fue seleccionada con base a las diez empresas de las que se podrá tener acceso a la información sobre el tema de la gerencia del conocimiento en las empresas comerciales del sector médico quirúrgico en el estado Carabobo, activas económicamente para la fecha del estudio y análisis; lo que totaliza una muestra de diez (10) empresas y de cada una de ellas un representante de la gerencia o directivo y otro de recursos humanos para una muestra de diez (10) personas.

Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

Según, Arias (2006: 53), “las técnicas de recolección de datos son las distintas formas o maneras de obtener la información”. Son ejemplos de

técnicas, la observación directa, la encuesta y la entrevista, el análisis documental, de contenido, entre otros. En cuanto a los instrumentos, Arias, F. (ob. cit: 53), afirma que: “son los medios materiales que se emplean para recoger y almacenar la información”. Entre las técnicas e instrumentos de recolección de datos, que serán empleadas en la investigación para dar cumplimiento a los objetivos específicos, se encuentran las siguientes:

Encuesta: Según Tamayo y Tamayo, M. (2006: 24), la encuesta “es aquella que permite dar respuestas a problemas en términos descriptivos como de relación de variables, tras la recogida sistemática de información según un diseño previamente establecido que asegure el rigor de la información obtenida”.

Recopilación documental: es definida por Delgado Y., Colombo L. y Orfila R. (2003: 59) como “el acopio de los antecedentes relacionados con la investigación. Se realiza por la consulta de documentos escritos, sean formales o no, en los que se plasmó un conocimiento que fue avalado por autores que realizaron una investigación previa”.

El instrumento de recolección de datos es el cuestionario: del cual Tamayo y Tamayo, M. (2006: 124), señala que “el cuestionario contiene los aspectos del fenómeno que se consideran esenciales; permite, además, aislar ciertos problemas que nos interesan principalmente; reduce la realidad a cierto número de datos esenciales y precisa el objeto de estudio”.

En tal sentido, es importante resaltar que dicho instrumento está confeccionado mediante formato escalar tipo Likert, conformado por una matriz de 29 ítems o aseveraciones, mediante el cual se le pidió a los encuestados, que respondieran a cada afirmación, escogiendo la categoría de respuesta que más representara su opinión; para el cumplimiento de los

tres primeros objetivos específicos formulados en la investigación. (Véase Anexo A: Cuestionario).

Validez del Instrumento

La Validez según Hernández, Fernández, y Baptista (2006: 236), “Se refiere al grado en que un instrumento realmente mide la variable que se pretende medir o investigar. Fiabilidad de un proceso de prueba”. En tal sentido, el criterio de la validez estuvo determinado por la presencia del juicio de tres expertos, los cuales establecieron y analizaron la correspondencia entre los objetivos e indicadores de la investigación desde el punto de vista de coherencia y claridad.

Mediante la validez del instrumento, se pretende conocer hasta qué punto los Ítems de un instrumento, son representativos del contenido de la propiedad que se desea medir. La validez del instrumento se utilizó para verificar que el instrumento contiene los aspectos relacionados con contenido, redacción y congruencia relacionados con el problema planteado.

De ser así, es conveniente su aplicación, en caso contrario fue corregido por los expertos. Para el caso de esta investigación, los tres (03) expertos consideraron válido el cuestionario; por tanto, lo aprobaron. (Véase Anexo B: Validación del Instrumento).

Confiabilidad del Instrumento

Las categorías descriptivas empleadas en el trabajo serán sencillas, concretas y pertinentes. En ellas se señalarán las interpretaciones inmediatas de los hallazgos relevantes del estudio. En cuanto a la confiabilidad del instrumento, existen diversos procedimientos para calcularla. Todos utilizan fórmulas que producen coeficientes de confiabilidad. Estos coeficientes pueden oscilar entre 0 y 1. Donde un coeficiente de 0 significa nula confiabilidad y 1 representa un máximo de confiabilidad (confiabilidad total). En la práctica es casi imposible que una medición sea perfecta, generalmente tiene un grado de error. Obviamente se trata que de este error sea el mínimo posible.

Para calcular la confiabilidad se aplicará el Coeficiente Alfa de Cronbach que según Hernández; Fernández y Baptista (2006: 252), requiere: “de una sola administración del instrumento de medición y produce valores que oscilan entre 0 y 1. Su ventaja consiste en que no es necesario dividir los ítems del instrumento en dos mitades, sino simplemente aplicar la medición”. El Coeficiente de Confiabilidad de Cronbach indica la capacidad que tiene el instrumento para dar los mismos resultados en repetidas aplicaciones del mismo. Dicho coeficiente, se calcula a través de la siguiente fórmula:

$$\alpha = \frac{n}{n - 1} \left[1 - \frac{\sum Sp^2}{St^2} \right]$$

Donde:

α = Coeficiente de confiabilidad

n = Número de preguntas

$\sum Sp^2$ = Sumatoria de las varianzas por preguntas

St^2 = Varianza de la suma de los ítems.

$\alpha = 0,95$

Interpretación: El instrumento aplicado es altamente confiable, dado que el Coeficiente Alfa de Cronbach arrojó un valor de 0,95. (Véase Anexo C: confiabilidad del instrumento).

Interpretación del Coeficiente de Confiabilidad	
Rangos Alfa	Coeficiente
Muy Alta	0,81 a 1,00
Alta	0,61 a 0,80
Moderada	0,41 a 0,60
Baja	0,21 a 0,40

Técnicas de Análisis de Datos

Una vez recolectada la información referente al objeto de estudio planteado a través de las estrategias anteriormente señaladas, es necesario definir claramente los métodos que fueron empleados en el procesamiento y análisis de la información. De igual modo, se le aplicaron las siguientes operaciones: la tabulación, codificación y procesamiento de la información. La tabulación que según Balestrini, M. (2006: 179), “consiste en el recuento de la información, a fin de determinar el número de casos que se ubican en las diferentes categorías”. Por su parte, la codificación según este autor, los datos serán transformados en símbolos numéricos para poder ser contados y

tabulados; muy especialmente aquellas preguntas del cuestionario de tipo mixtas”.

A las preguntas del cuestionario, se les aplicó el análisis porcentual, representando los resultados en cuadros con frecuencia relativa (%) y gráficos de barras. Para los análisis y contrastación de los resultados con la teoría se aplicó el análisis de contenido, definido por Hernández, Fernández y Baptista (2006: 356), como: “técnica para estudiar la comunicación, de una manera objetiva, sistemática y que cuantifica los contenidos en categorías”.

Por último, Balestrini, M. (2006), expresa con respecto al procesamiento de la información:

En el procesamiento de la información, se distinguirán y agruparán los datos numéricos de los datos verbales derivados de cada uno de los ítems del cuestionario, con el propósito de incorporar sobre estas dos masas de datos, el conjunto de procedimientos que permitan las características de los mismos. (p. 178).

En definitiva, al cuestionario aplicado le fueron realizadas las tres operaciones señaladas, con el propósito de mostrar la información recopilada y su análisis pertinente para dar cumplimiento a los objetivos específicos definidos para desarrollar la investigación.

Operacionalización de las Variables

La operacionalización de las variables aplicada en la investigación

desarrollada se presenta a través del cuadro técnico metodológico, que enfoca la operacionalización. Al respecto, Para Balestrini, M. (2006: 114), la operacionalización de una variable implica: “Seleccionar los indicadores contenidos, de acuerdo al significado que se le ha otorgado a través de sus dimensiones a la variable en estudio”.

El cuadro técnico metodológico se presenta en la página siguiente y resume la manera de operacionalizar los objetivos y, a su vez resume el qué, cómo y dónde se desarrolló la investigación, en función de los objetivos específicos formulados en la investigación. En fin, indica cuáles fueron las variables estudiadas en cada objetivo específico, indicador, ítem, instrumento y fuente.

Cuadro 1. Operacionalización de las Variables

Objetivo General: Proponer los elementos de un modelo de gestión del conocimiento para la innovación en empresas comerciales del sector médico quirúrgico en el estado Carabobo.

Objetivos Específicos	Variable	Instrumento	Indicadores	Ítem	Fuente
Diagnosticar la situación actual que caracteriza la gestión del conocimiento en empresas	Gestión del conocimiento	Cuestionario	Valoración de las actitudes.	1-8	Representante de la gerencia o directivo de las empresas comerciales del sector médico quirúrgico del estado Carabobo
			Valoración de actividades de socialización (conocimiento tácito a tácito).	9-11	
			Valoración de actividades de exteriorización (Conocimiento tácito a explícito).	12-16	
			Valoración actividades de combinación (Conocimiento explícito a explícito)	17-22	
			Valoración Actividades de Interiorización (Conocimiento explícito	23-24	

<p> sas comerc iales del sector médico quirúrg ico en el estado Carabo bo. </p>			a tácito)		
Objetivos Específicos	Variable	Instrumento	Indicadores	Ítem	Fuente
<p> Contra star la gestión </p>			<p> Innovación, Investigación y Desarrollo </p>	<p> 25 </p>	

del conocimiento como fuente de innovación en empresas comerciales del sector médico quirúrgico en el estado	Innovación	Cuestionario	Contexto interno	26-27	Representante de la gerencia o directivo de las empresas comerciales del sector médico quirúrgico del estado Carabobo
			Actividades internas	28-29	

Carabo bo, con los modelo s existen tes.					
Objetivos Específicos	Variable	Técnicas de recolección	Indicadores	Ítem	Fuente
Formul ar los elemen tos de un modelo de gestión	Elementos de un modelo de gestión del conocimiento	.Recopilación documental	Actitudes. Actividades de socialización (conocimiento tácito a tácito). Actividades de exteriorización (Conocimiento tácito a explícito).	No aplica	Libros, Internet, Trabajos de Grado, papers

<p>del conocimiento para la innovación en empresas comerciales del sector médico quirúrgico en el estado Carabobo.</p>			<p>Actividades de combinación (Conocimiento explícito a explícito)</p> <p>Actividades de Interiorización (Conocimiento explícito a tácito)</p>		
--	--	--	--	--	--

--	--	--	--	--	--

Fuente: Bello, D. (2016).

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

En este punto se hace énfasis en la presentación y análisis de los resultados de la presente investigación, de la que Delgado, Colombo y Orfila (2003: 82), refieren: “Corresponden a la última fase del proceso de investigación, y en el mismo se explana todo un conjunto de argumentos tendentes a dilucidar aspectos inherentes al alcance de cada uno de los objetivos propuestos”.

Tomando en consideración lo expresado por los autores, se presentan y analizan los resultados obtenidos en correspondencia con los objetivos específicos. El primero de éstos se cumplió a través de la aplicación de los ítems 1 al 24 del cuestionario, estudiando la variable gestión del conocimiento. Mientras que el segundo objetivo específico se alcanzó mediante los ítems 25 al 29 del cuestionario, con el estudio de la variable innovación.

Entretanto, el tercer objetivo específico se alcanzó a través de la recopilación documental, estudiando la variable elementos de un modelo de gestión del conocimiento. A continuación se desarrollan los objetivos específicos.

Objetivo Específico N° 1: Diagnosticar la situación actual que caracteriza la gestión del conocimiento en empresas comerciales del sector médico quirúrgico en el estado Carabobo.

Variable: Gestión del conocimiento
Indicador: Valoración de las actitudes.
Ítems: 1-8

Ítem 1. Los empleados son competentes y profesionales en un alto porcentaje.

Cuadro 2. Competentes

Opciones	Frecuencia	(%)
Totalmente de acuerdo	3	30
Parcialmente de acuerdo	5	50
Neutral	0	0
Parcialmente en desacuerdo	0	0
Totalmente en desacuerdo	2	20
Total	10	100

Fuente: Bello, D. (2016).

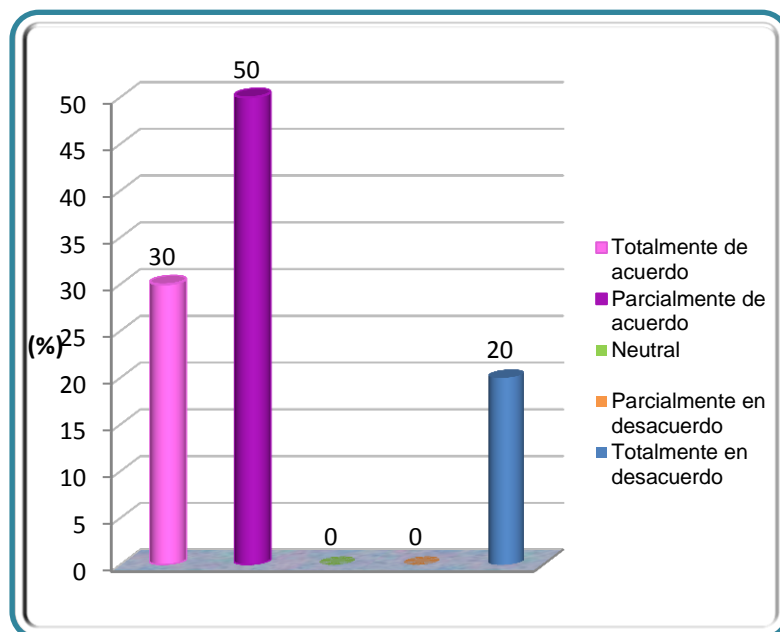


Gráfico 1. Competentes
Fuente: Elaboración propia (2016).

En el gráfico se puede apreciar que los gerentes de las empresas comerciales del sector médico quirúrgico que fueron encuestados, señalaron que aunque los empleados son competentes y profesionales, no representan al total de estos recursos humanos, lo que significa que existe un porcentaje de ellos que les falta mejorar sus competencias.

De acuerdo con Molina y Monserrat (2002), esto indica que al valorar las actitudes casi la cuarta parte no ha adquirido las competencias necesarias para el desempeño del cargo, lo que impacta negativamente en la gestión del conocimiento y por ende, en agregar valor a las empresas comerciales del sector médico quirúrgico en el estado Carabobo.

Ítem 2. Se siente altamente motivado y comprometido con sus labores.

Cuadro 3. Motivación

Opciones	Frecuencia	(%)
Totalmente de acuerdo	4	40
Parcialmente de acuerdo	2	20
Neutral	0	0
Parcialmente en desacuerdo	0	0
Totalmente en desacuerdo	4	40
Total	10	100

Fuente: Bello, D. (2016).

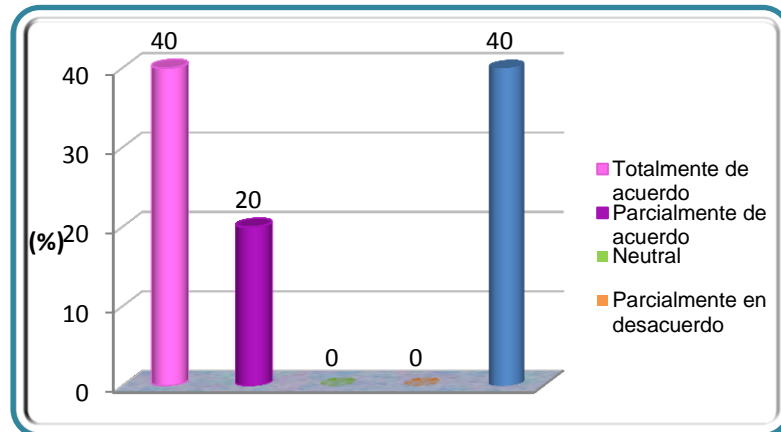


Gráfico 2. Motivación
Fuente: Elaboración propia (2016).

En el gráfico se puede apreciar que gran parte de los gerentes de las empresas comerciales del sector médico quirúrgico que fueron encuestados, se sienten motivados y comprometidos con sus labores; sin embargo, más de la cuarta parte de ellos señalan lo contrario. De acuerdo con Molina y Monserrat (2002), no hay enfoque hacia la motivación, Los resultados demuestran falta de motivación laboral, lo que implica que no se valoran las actitudes, existen trabajadores que no se identifican con estas empresas, no están comprometidos, lo que implica que su rendimiento no es el mejor y su desempeño no es el esperado; por tanto, se impide una buena gestión de conocimiento y falta agregar valor a la organización.

Ítem 3. Como empleado Usted juega un importante papel en la innovación en las empresas comerciales del sector médico quirúrgico en el estado Carabobo al ser considerados sus conocimientos e ideas.

Cuadro 4. Innovación

Opciones	Frecuencia	(%)
Totalmente de acuerdo	4	40
Parcialmente de acuerdo	3	30
Neutral	0	0

Parcialmente en desacuerdo	0	0
Totalmente en desacuerdo	3	30
Total	10	100

Fuente: Bello, D. (2016).

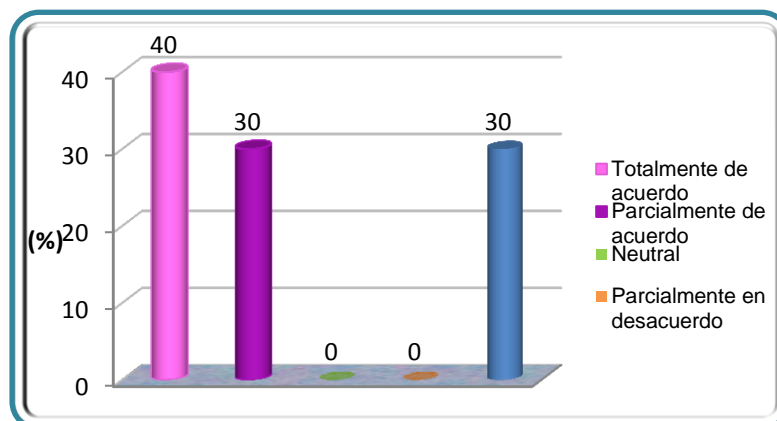


Gráfico 3. Innovación

Fuente: Elaboración propia (2016).

En el gráfico se puede apreciar que los gerentes de las empresas comerciales del sector médico quirúrgico juegan un importante papel en la innovación de estas empresas al ser considerados sus conocimientos e ideas. Sin embargo, para más de la cuarta parte no resulta así, lo que significa que no se comparten ideas para la innovación. De acuerdo con Molina y Monserrat (2002), hay falta de innovación, los resultados demuestran que los conocimientos del recurso humano no son considerados innovadores, lo que implica falta de creatividad, falta valoración de las actitudes y afecta la gestión del conocimiento e impacta negativamente en la productividad y competitividad.

Ítem 4. La estrategia, la misión, los valores, los objetivos y las normas están claramente definidos.

Cuadro 5. Estrategia, Misión, Valores, Objetivos y Normas

Opciones	Frecuencia	(%)
Totalmente de acuerdo	4	40
Parcialmente de acuerdo	3	30
Neutral	0	0
Parcialmente en desacuerdo	3	30

Totalmente en desacuerdo	0	0
Total	10	100

Fuente: Bello, D. (2016).

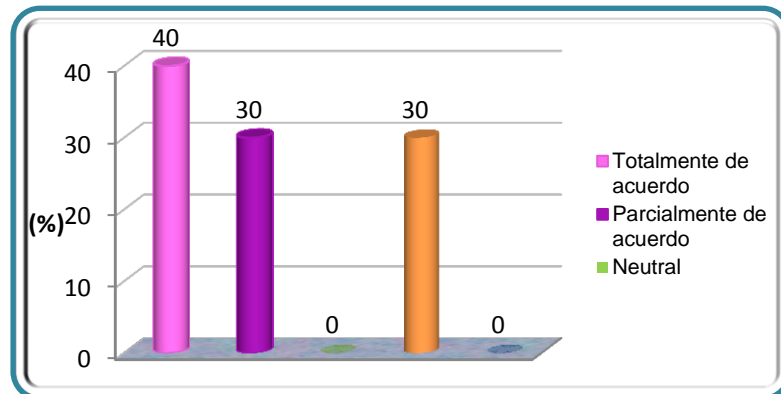


Gráfico 4. Estrategia, Misión, Valores, Objetivos y Normas
Fuente: Elaboración propia (2016).

En el gráfico se puede apreciar que para la mayoría de los gerentes de las empresas comerciales del sector médico quirúrgico que fueron encuestados, están totalmente de acuerdo que la estrategia, la misión, los valores, los objetivos y las normas están claramente definidos, pero para más de la cuarta parte de ellos no es así. Las normas son de relevancia para que funcione una organización, por tanto los resultados evidencian que falta de conocimiento de las estrategias, misión, valores y normas, de acuerdo con Molina y Monserrat (2002), afecta el desarrollo de las operaciones y actividades en la organización, porque los trabajadores trabajan sin un fin interno dado que no lo conocen, esto impacta de manera negativa en la gestión de conocimiento.

Ítem 5. La cultura y espíritu de la empresa es positiva.

Cuadro 6. Cultura

Opciones	Frecuencia	(%)
Totalmente de acuerdo	2	20
Parcialmente de acuerdo	3	30
Neutral	2	20
Parcialmente en desacuerdo	0	0

Totalmente en desacuerdo	3	30
Total	10	100

Fuente: Bello, D. (2016).

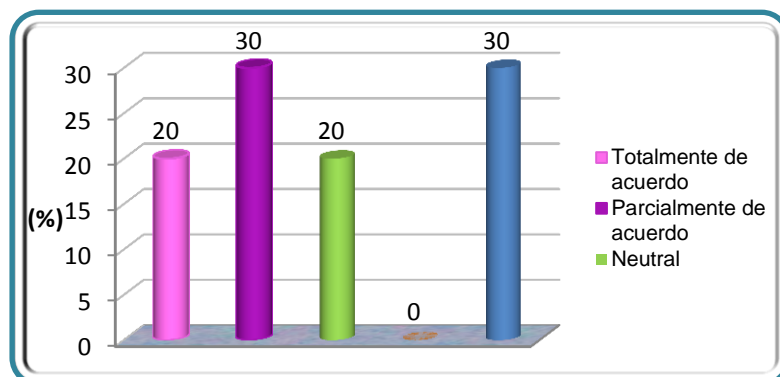


Gráfico 5. Cultura
Fuente: Elaboración propia (2016).

En el gráfico se puede apreciar que la mitad de los gerentes de las empresas comerciales del sector médico quirúrgico que fueron encuestados. Según Molina y Monserrat (2002), no hay valoración de actitudes porque la cultura no es positiva en su totalidad.

En cuanto a la cultura de la empresa, según Soto, B. (s/f), es el conjunto de formas de actuar, de sentir y de pensar que se comparten entre los miembros de la organización y son los que identifican a la empresa ante los clientes, proveedores y todos los que conocen de su existencia. Sus normas, sus valores, sus hábitos. Ahora bien, los resultados obtenidos evidencian que la falta de identidad, la visión compartida está afectando la imagen de estas empresas.

Ítem 6. La comunicación es abierta e involucra a todos y cada uno de los empleados.

Cuadro 7. Comunicación abierta

Opciones	Frecuencia	(%)
Totalmente de acuerdo	0	0
Parcialmente de acuerdo	0	0
Neutral	0	0

Parcialmente en desacuerdo	0	0
Totalmente en desacuerdo	10	100
Total	10	100

Fuente: Bello, D. (2016).

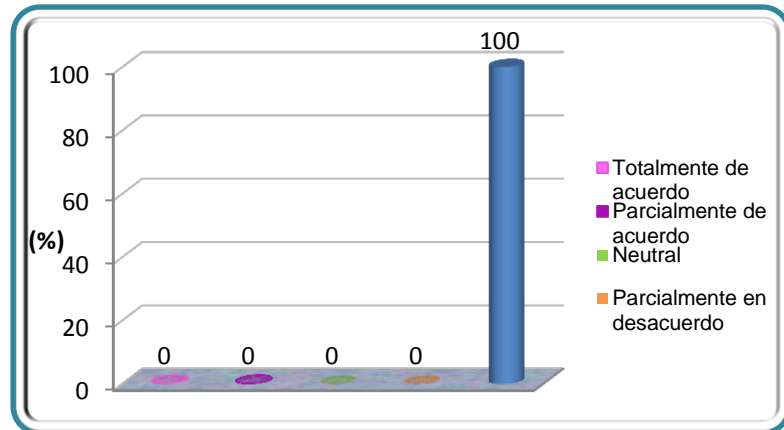


Gráfico 6. Comunicación abierta

Fuente: Elaboración propia (2016).

En el gráfico se puede apreciar que los gerentes de las empresas comerciales del sector médico quirúrgico que fueron encuestados, están totalmente en desacuerdo que la comunicación es abierta e involucra a todos y cada uno de los empleados.

La comunicación abierta, según Fuguet, A. (2012), se caracteriza porque en la organización prevalece el intercambio de contenidos. Los niveles superiores ofrecen dirección e información y al mismo tiempo escuchan y observan lo que ocurre en la organización. En este ambiente, los grupos contrastan opiniones, intercambian ideas y cruzan información para lograr los resultados estratégicos. Son organizaciones donde se estimula y premia la participación, porque no hay distancias entre los cargos gerenciales y los de base.

Ahora bien, Los resultados evidencian falta de comunicación.abierta en las empresas del sector médico quirúrgico del estado Carabobo, esto implica que falta participación de los empleados, no se comparten ideas, el líder es quien toma las decisiones; por tanto no se logran los resultados estratégicos esperados.

Ítem 7. El trabajo en equipo es típico en la organización.

Cuadro 8. Trabajo en equipo

Opciones	Frecuencia	(%)
Totalmente de acuerdo	3	30
Parcialmente de acuerdo	0	0
Neutral	0	0
Parcialmente en desacuerdo	1	10
Totalmente en desacuerdo	6	60
Total	10	100

Fuente: Bello, D. (2016).

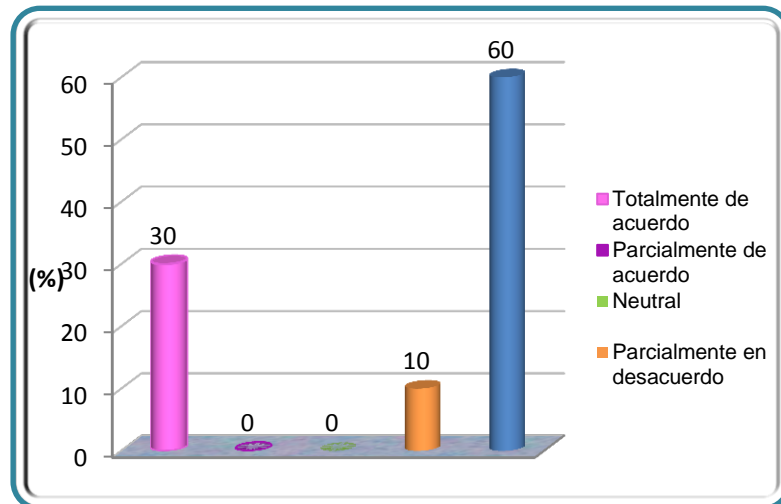


Gráfico 7. Trabajo en Equipo

Fuente: Elaboración propia (2016).

En el gráfico se puede apreciar que los gerentes de las empresas comerciales del sector médico quirúrgico que fueron encuestados, están en desacuerdo que el trabajo en equipo es típico en la organización. Los resultados evidencian poco trabajo en equipo. En cuanto a los equipos de trabajo en la gestión del conocimiento, Cordero, A. y García, F. (2008), sostienen argumentan lo siguiente:

La formación de equipos de trabajo está directamente relacionada con la misma esencia de la gestión del conocimiento: la necesidad de compartir conocimientos y colaborar entre los empleados de una organización para potenciar el resultado final. No es casual que el auge de los equipos de trabajo coincide con la difusión de estudios acerca de experiencias empresariales sobre gestión del conocimiento a finales de los 80 y sobre todo a principios de la década siguiente. Por consiguiente, proponemos que los equipos de trabajo son parte de la esencia misma de la gestión del conocimiento y por consiguiente, contribuyen a la realización más plena de los objetivos de ésta. Esta contribución se realiza en dos planos (Franco y Velázquez, 2000). Uno, desde la perspectiva individual y otra desde la

perspectiva organizacional. En el primer caso, trabajar en equipo se justifica por razones de seguridad, autoestima, de beneficios mutuos y de sociabilidad. En el segundo, se argumenta la posibilidad de reunir habilidades más allá de las que un individuo puede adquirir, se crea sinergia, un mayor compromiso y desarrollo de los trabajadores, se genera aprendizaje organizacional y se incrementa la creatividad. Por ello, Franco y Velázquez (2000) reconocen como uno de los mecanismos más poderosos de intermediación y de gestión del conocimiento se encuentra en los espacios de intercambio donde operan las redes sociales.

En correspondencia con lo argumentado por los autores citados, resulta notorio que los equipos de trabajo contribuyen a compartir conocimientos, crear sinergias, generar aprendizaje y creatividad para lograr los objetivos organizacionales. Ahora bien, los resultados obtenidos evidencian poco equipo de trabajo, por tanto no se valoran las actitudes, lo que impide compartir conocimientos e impide la gestión de conocimiento.

Ítem 8. Es importante en la organización estar en contacto continuo con todo el entorno y desarrollar redes de comunicación (clientes, proveedores, competidores y gobierno).

Cuadro 9. Comunicación Externa

Opciones	Frecuencia	(%)
Totalmente de acuerdo	10	100
Parcialmente de acuerdo	0	0
Neutral	0	0
Parcialmente en desacuerdo	0	0
Totalmente en desacuerdo	0	0
Total	10	100

Fuente: Bello, D. (2016).

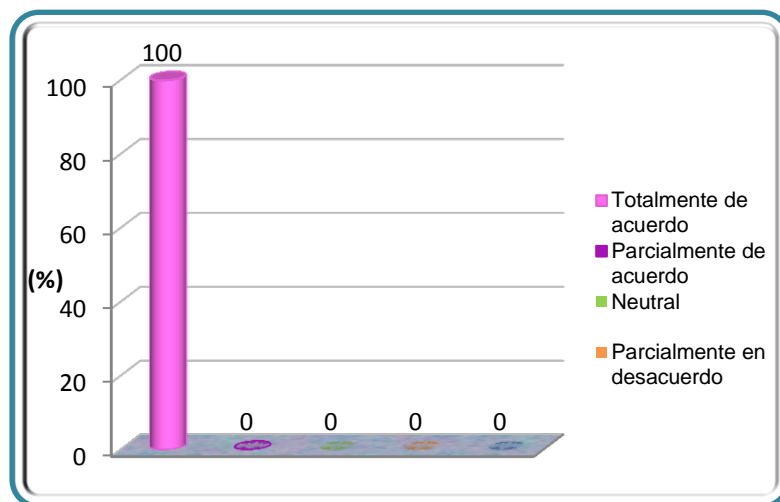


Gráfico 8. Comunicación Externa

Fuente: Elaboración propia (2016).

En el gráfico se puede apreciar que los gerentes de las empresas comerciales del sector médico quirúrgico que fueron encuestados, están totalmente de acuerdo que es importante en la organización estar en contacto continuo con todo el entorno y desarrollar redes de comunicación (clientes, proveedores, competidores y gobierno). Los resultados evidencian comunicación externa, lo que de acuerdo con Molina y Monserrat (2002), otorga al conocimiento un valor estratégico, hay valoración de actitudes e impacta de manera positiva en la gestión del conocimiento.

Variable: Gestión del conocimiento

Indicador: Valoración de actividades de socialización (conocimiento tácito a tácito).

Ítems: 9-11

Ítem 9. Se promueve la visita a los clientes que permita conocer in situ las necesidades y quejas de la gama de productos de esta empresa.

Cuadro 10. Visita a clientes

Opciones	Frecuencia (%)
----------	----------------

Totalmente de acuerdo	6	60
Parcialmente de acuerdo	4	40
Neutral	0	0
Parcialmente en desacuerdo	0	0
Totalmente en desacuerdo	0	0
Total	10	100

Fuente: Bello, D. (2016).

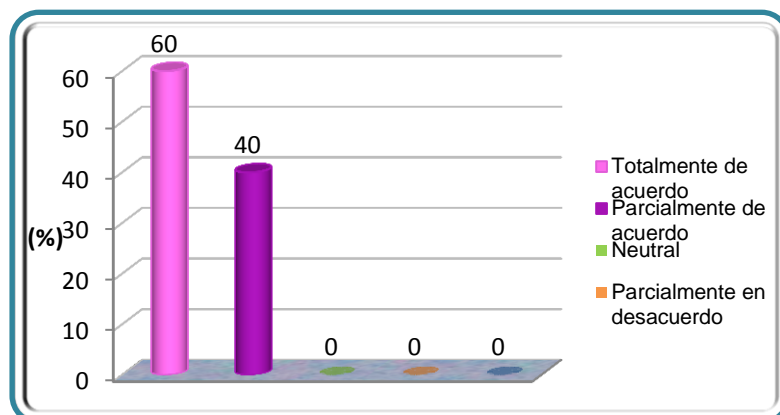


Gráfico 9. Visitas a Clientes
Fuente: Elaboración propia (2016).

En el gráfico se puede apreciar que los gerentes de las empresas comerciales del sector médico quirúrgico que fueron encuestados, están de acuerdo que se promueve la visita a los clientes que permita conocer in situ las necesidades y quejas de la gama de productos. Estos resultados demuestran que hay actividades para la socialización, lo cual es positivo para la gestión de conocimiento, porque generan conocimiento, aprendizaje en la organización, lo que significa la creación de valor, según Nonaka y Takeuchi (1999).

Ítem 10. Se busca visitar a los competidores que permitan conocer in situ sus procesos y productos.

Cuadro 11. Visita a competidores

Opciones	Frecuencia	(%)
Totalmente de acuerdo	2	20
Parcialmente de acuerdo	0	0
Neutral	0	0
Parcialmente en desacuerdo	0	0
Totalmente en desacuerdo	8	80

desacuerdo

Total	10	100
--------------	-----------	------------

Fuente: Bello, D. (2016).

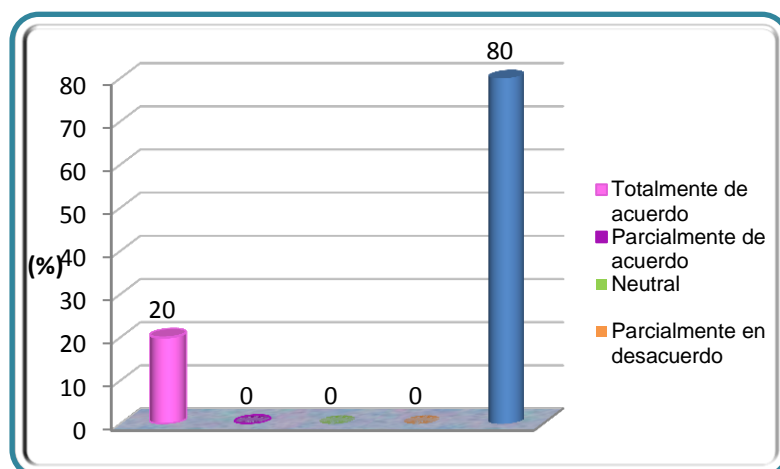


Gráfico 10. Visitas a Competidores

Fuente: Elaboración propia (2016).

En el gráfico se puede apreciar que los gerentes de las empresas comerciales del sector médico quirúrgico que fueron encuestados, normalmente no se busca visitar a los competidores que permitan conocer in situ sus procesos y productos, lo que significa que desconocen sus acciones y estrategias en el mercado, situación que les puede afectar su competitividad. Estos resultados demuestran que no se valoran las actividades de socialización, lo que impide mejores prácticas y por ende la gestión de conocimiento.

Ítem 11. Utilizo los espacios para la socialización en la organización.

Cuadro 12. Socialización

Opciones	Frecuencia	(%)
Totalmente de acuerdo	2	20
Parcialmente de acuerdo	2	20
Neutral	0	0
Parcialmente en desacuerdo	0	0
Totalmente en desacuerdo	6	60

Total	10	100
--------------	-----------	------------

Fuente: Bello, D. (2016).

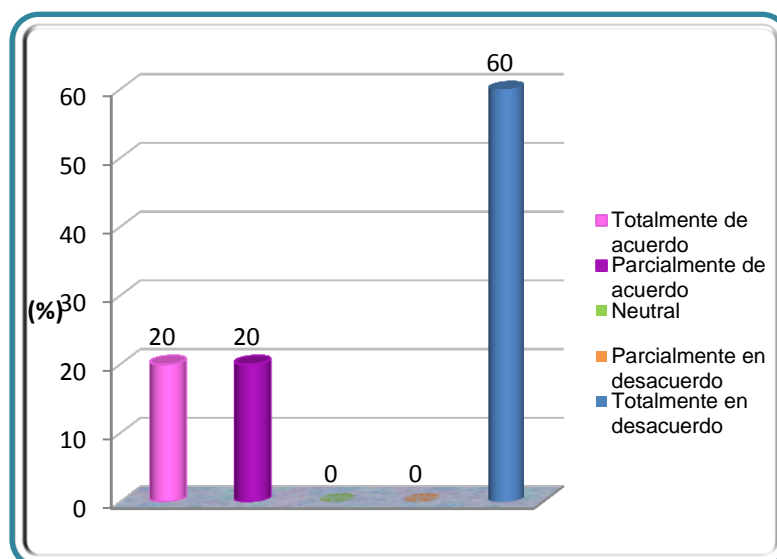


Gráfico 11. Socialización

Fuente: Elaboración propia (2016).

En el gráfico se puede apreciar que los gerentes de las empresas comerciales del sector médico quirúrgico que fueron encuestados, están totalmente en desacuerdo que utilizan los espacios para la socialización en la organización. Estos resultados demuestran que no se produce conocimiento armonizado porque hay pocas actividades de socialización, por ende no se comparten ideas que generen conocimientos, participación, lo que implica efectos negativos en la gestión de conocimiento.

Variable: Gestión del conocimiento

Indicador: Valoración de actividades de exteriorización (Conocimiento tácito a explícito).

Ítems: 12-16

Ítem 12. El diálogo creativo y el intercambio de ideas en todos los niveles son habituales en la empresa.

Cuadro 13. Diálogo creativo e intercambio de ideas

Opciones	Frecuencia	(%)
----------	------------	-----

Totalmente de acuerdo	0	0
Parcialmente de acuerdo	0	0
Neutral	0	0
Parcialmente en desacuerdo	0	0
Totalmente en desacuerdo	10	100
Total	10	100

Fuente: Bello, D. (2016).

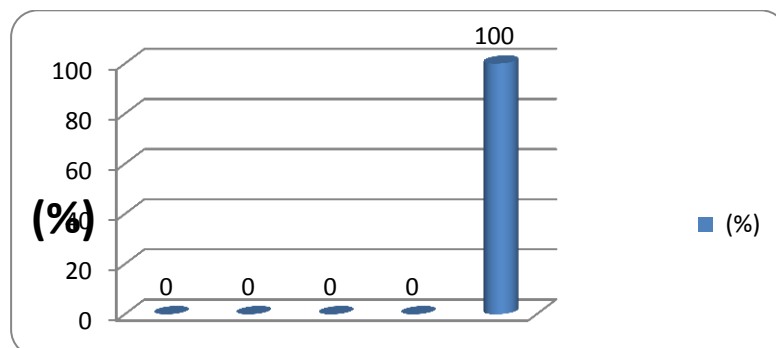


Gráfico 12. Diálogo Creativo e Intercambio de Ideas
Fuente: Elaboración propia (2016).

En el gráfico se puede apreciar que los gerentes de las empresas comerciales del sector médico quirúrgico que fueron encuestados, respondieron que el diálogo creativo y el intercambio de ideas en todos los niveles no son habituales en la empresa. De acuerdo con Nonaka y Takeuchi (1999), no se valoran las actividades de exteriorización, por lo que no se intercambian ideas y conocimientos, lo que impide la gestión de conocimiento.

Ítem 13. El uso de pensamiento inductivo deductivo es común entre los empleados.

Cuadro 14. Pensamiento inductivo deductivo

Opciones	Frecuencia	(%)
Totalmente de acuerdo	0	0
Parcialmente de acuerdo	0	0
Neutral	2	20
Parcialmente en desacuerdo	0	0
Totalmente en desacuerdo	8	80
Total	10	100

Fuente: Bello, D. (2016).

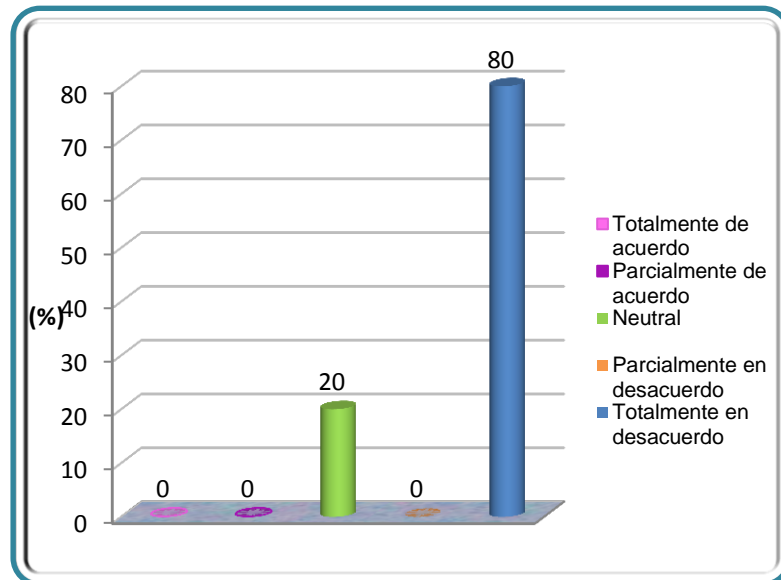


Gráfico 13. Pensamiento Inductivo y Deductivo

Fuente: Elaboración propia (2016).

En el gráfico se puede apreciar que los gerentes de las empresas comerciales del sector médico quirúrgico que fueron encuestados, están en desacuerdo que el uso de pensamiento inductivo deductivo sea común entre los empleados. Los resultados evidencian que no hay pensamiento inductivo – deductivo, por lo que dificulta la innovación en estas empresas, según Nonaka y Takeuchi (1999), no se valoran las actividades de exteriorización, lo que impide la gestión de conocimiento.

Ítem 14. Los empleados hacemos uso de metáforas y analogías en todos los diálogos para la creación de conceptos e ideas.

Cuadro 15. Creación de conceptos e ideas

Opciones	Frecuencia	(%)
Totalmente de acuerdo	0	0
Parcialmente de acuerdo	0	0
Neutral	0	0
Parcialmente en	0	0

desacuerdo Totalmente en desacuerdo	10	100
Total	10	100

Fuente: Bello, D. (2016).

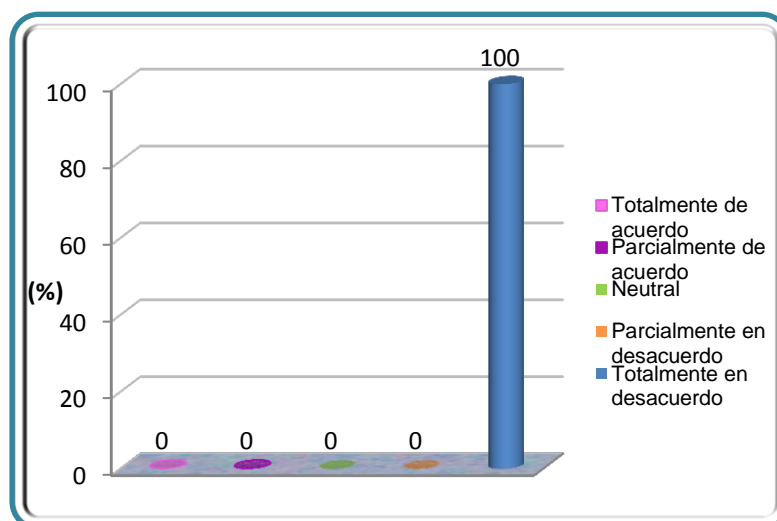


Gráfico 14. Creación de Conceptos e Ideas

Fuente: Elaboración propia (2016).

En el gráfico se puede apreciar que el 100% de los gerentes de las empresas comerciales del sector médico quirúrgico que fueron encuestados, están totalmente en desacuerdo que los empleados hacen uso de metáforas y analogías en todos los diálogos para la creación de conceptos e ideas. Estos resultados resultan contrarios a lo que sostienen Nonaka y Takeuchi (1999), cuando argumentan que de esta manera se transmite directamente conocimiento de un individuo a otro, lo que significa mejoras en la creación de valor empresarial; por tanto no se valoran las actividades de exteriorización, lo que impide la gestión de conocimiento en las empresas objeto de estudio.

Ítem 15. La opinión subjetiva es permitida en todos los niveles.

Cuadro 16. Opinión subjetiva

Opciones	Frecuencia	(%)
Totalmente de acuerdo	4	40
Parcialmente de acuerdo	3	30
Neutral	1	10

Parcialmente en desacuerdo	0	0
Totalmente en desacuerdo	2	20
Total	10	100

Fuente: Bello, D. (2016).

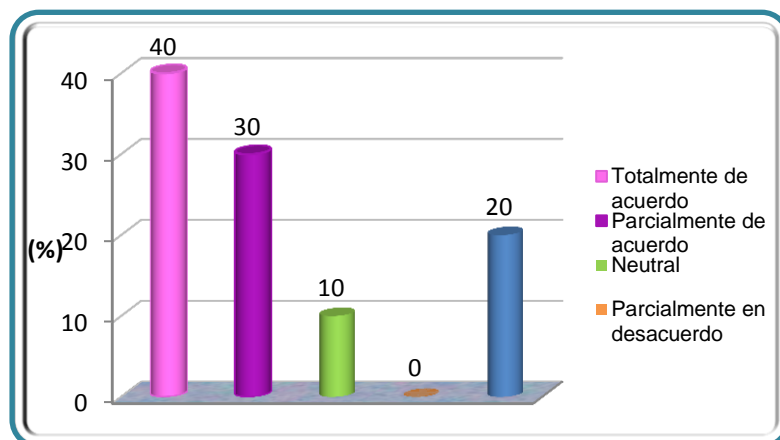


Gráfico 15. Opinión Subjetiva

Fuente: Elaboración propia (2016).

En el gráfico se puede apreciar que los gerentes de las empresas comerciales del sector médico quirúrgico que fueron encuestados, están de acuerdo que la opinión subjetiva es permitida en todos los niveles. Estos resultados demuestran que no se comparte conocimiento tácito, y de acuerdo con Nonaka y Takeuchi (1999), se producen opiniones antagónicas e irreconciliables que ocasionan conflictos internos, por ende no se valoran las actividades de exteriorización, lo que impide la gestión de conocimiento.

Ítem 16. Se cuenta con base de datos de productos que se actualizan constantemente.

Cuadro 17. Actualización de base de datos

Opciones	Frecuencia	(%)
Totalmente de acuerdo	5	50
Parcialmente de acuerdo	2	20
Neutral	0	0
Parcialmente en desacuerdo	3	30
Totalmente en desacuerdo	0	0

Total	10	100
--------------	-----------	------------

Fuente: Bello, D. (2016).

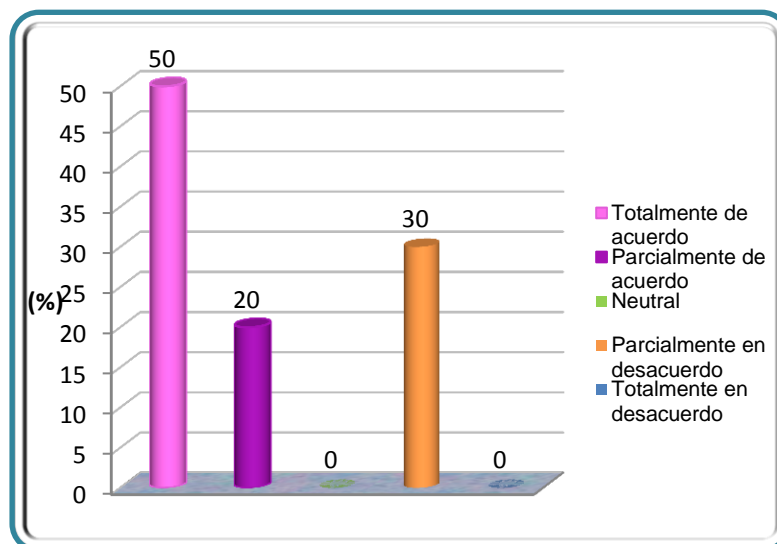


Gráfico 16. Actualización de Base de Datos

Fuente: Elaboración propia (2016).

En el gráfico se puede apreciar que los gerentes de las empresas comerciales del sector médico quirúrgico que fueron encuestados, están totalmente de acuerdo que se cuenta con base de datos de productos que se actualizan constantemente. Estos resultados demuestran que aunque existe base de datos las mismas no se actualizan constantemente pudiéndose quedar rezagadas frente a la competencia, por tanto no se valoran las actividades de exteriorización de acuerdo con Nonaka y Takeuchi (1999), afectando así la gestión de conocimiento.

Variable: Gestión del conocimiento

Indicador: Valoración actividades de combinación (Conocimiento explícito a explícito)

Ítems: 17-22

Ítem 17. El diálogo con los clientes, la documentación de quejas, sugerencias y peticiones es una práctica común.

Cuadro 18. Diálogo, documentación de quejas y sugerencias

Opciones	Frecuencia
----------	------------

		(%)
Totalmente de acuerdo	7	70
Parcialmente de acuerdo	2	20
Neutral	0	0
Parcialmente en desacuerdo	0	0
Totalmente en desacuerdo	1	10
Total	10	100

Fuente: Bello, D. (2016).

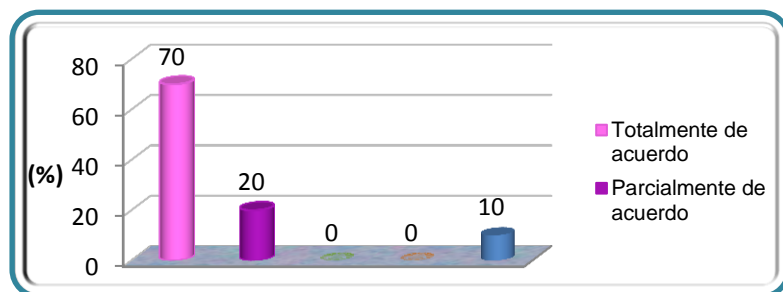


Gráfico 17. Diálogo, Documentación de Quejas y Sugerencias

Fuente: Elaboración propia (2016).

En el gráfico se puede apreciar que los gerentes de las empresas comerciales del sector médico quirúrgico que fueron encuestados, están totalmente de acuerdo que el diálogo con los clientes, la documentación de quejas, sugerencias y peticiones es una práctica común. Esto evidencia, de acuerdo con Nonaka y Takeuchi (1999), lo que indica que estas empresas se enfocan hacia el cliente, los procesos internos, hacen esfuerzos por reducir errores y pérdidas, Por tanto, se valoran las actividades de combinación logrando conocimiento sistémico.

Ítem 18. La educación y capacitación formal es proporcionada por personal de la misma empresa.

Cuadro 19. Educación y capacitación

Opciones	Frecuencia	(%)
Totalmente de acuerdo	0	0
Parcialmente de acuerdo	3	30
Neutral	0	0
Parcialmente en desacuerdo	0	0
Totalmente en desacuerdo	7	70
Total	10	100

Fuente: Bello, D. (2016).

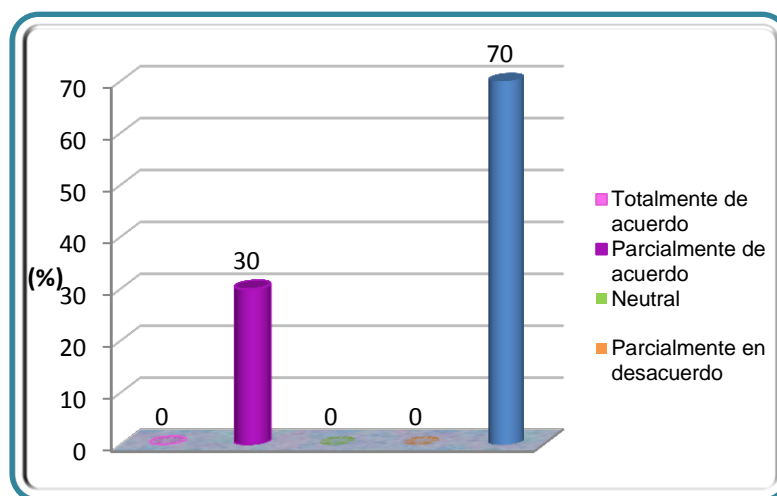


Gráfico 18. Educación y Capacitación

Fuente: Elaboración propia (2016).

En el gráfico se puede apreciar que los gerentes de las empresas comerciales del sector médico quirúrgico que fueron encuestados, están totalmente en desacuerdo que la educación y capacitación formal es proporcionada por personal de la misma empresa. De acuerdo con Alles, M. (2006), la capacitación es necesaria para que el recurso humano adquiera competencias para el trabajo. Los resultados evidencian poca capacitación, lo que significa que no se valoran las actividades de combinación y se afecta la gestión de conocimiento porque no se enfoca en la formación de competencias para mejorar la gestión de conocimiento.

Ítem 19. Los empleados son actualizados constantemente mediante cursos dados con agentes externos a la empresa (universidades, congresos, seminarios, entre otros).

Cuadro 20. Actualización

Opciones	Frecuencia	(%)
Totalmente de acuerdo	0	0
Parcialmente de acuerdo	0	0

Neutral	0	0
Parcialmente en desacuerdo	0	0
Totalmente en desacuerdo	10	100
Total	10	100

Fuente: Bello, D. (2016).

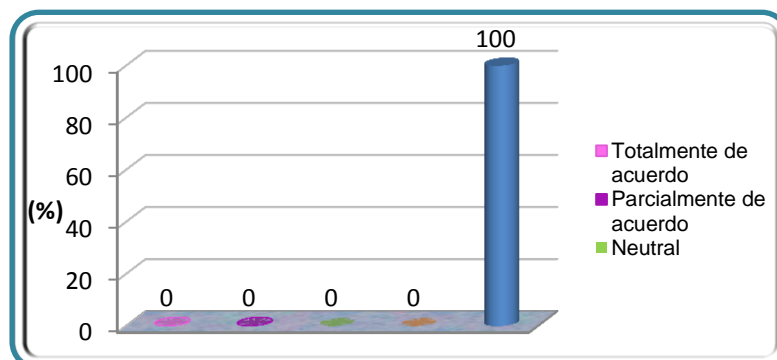


Gráfico 19. Actualización

Fuente: Elaboración propia (2016).

En el gráfico se puede apreciar que los gerentes de las empresas comerciales del sector médico quirúrgico que fueron encuestados, están totalmente en desacuerdo que los empleados son actualizados constantemente mediante cursos dados con agentes externos a la empresa (universidades, congresos, seminarios, entre otros). Los resultados evidencian falta de actualización del capital humano y de acuerdo con Nonaka y Takeuchi (1999), los trabajadores no adquieren las competencias necesarias para el cargo, ocasionando ausentismo, bajo rendimiento y desempeño; por tanto, no se valoran las actividades de combinación logrando conocimiento sistémico.

Ítem 20. Los empleados tienen acceso a información especializada mediante revistas, manuales, libros, foros, cursos, entre otros.

Cuadro 21. Acceso a la información

Opciones	Frecuencia	(%)
Totalmente de acuerdo	3	30
Parcialmente de acuerdo	2	20
Neutral	0	0
Parcialmente en desacuerdo	0	0

Totalmente en desacuerdo	5	50
Total	10	100

Fuente: Bello, D. (2016).

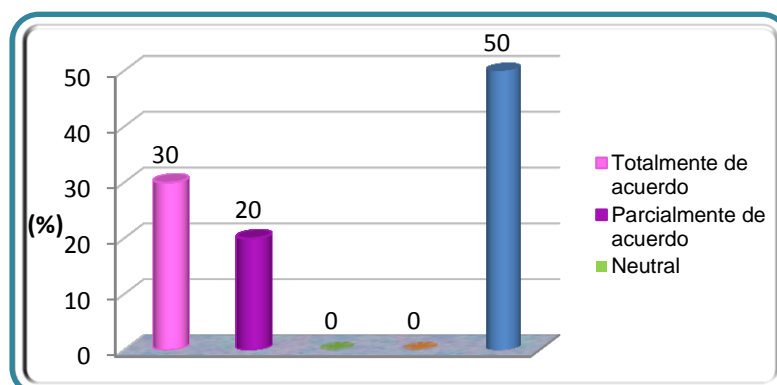


Gráfico 20. Acceso a la Información

Fuente: Elaboración propia (2016).

En el gráfico se puede apreciar que los gerentes de las empresas comerciales del sector médico quirúrgico que fueron encuestados, expresaron que los empleados tienen acceso a información especializada medianamente mediante revistas, manuales, libros, foros, cursos, entre otros, 30% totalmente de acuerdo. Los resultados evidencian la falta de acceso a información actualizada, lo que de acuerdo con Nonaka y Takeuchi (1999), evidencia que no se valoran las actividades de combinación logrando conocimiento sistémico.

Ítem 21. Se publica constantemente información interna de la empresa para los empleados.

Cuadro 22. Publicación de información para los empleados

Opciones	Frecuencia	(%)
Totalmente de acuerdo	0	0
Parcialmente de acuerdo	4	40
Neutral	0	0
Parcialmente en desacuerdo	0	0
Totalmente en desacuerdo	6	60

Total	10	100
--------------	-----------	------------

Fuente: Bello, D. (2016).

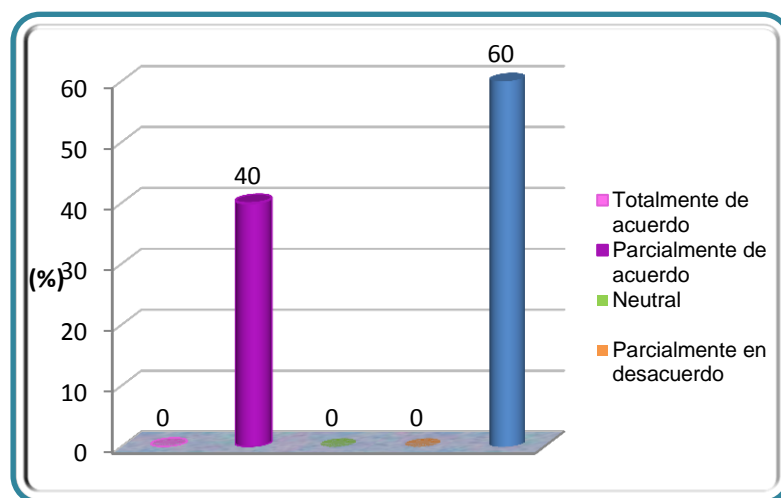


Gráfico 21. Publicación de Información para los Empleados
Fuente: Elaboración propia (2016).

En el gráfico se puede apreciar que los gerentes de las empresas comerciales del sector médico quirúrgico que fueron encuestados, están totalmente de acuerdo que no se publica constantemente información interna de la empresa para los empleados. Los resultados demuestran que falta publicación de información interna, por lo que el recurso humano no está informado y no combinan sinergias, no se comparte información, por lo que no hay nuevos conocimientos, lo que de acuerdo con Nonaka y Takeuchi (1999), evidencia que no se genera conocimiento sistémico, afectando de manera negativa la gestión de conocimiento.

Ítem 22. Se publica constantemente información interna de la empresa para el público en general.

Cuadro 23. Publicación de información para el público

Opciones	Frecuencia	(%)
Totalmente de acuerdo	0	0
Parcialmente de acuerdo	0	0
Neutral	0	0

Parcialmente en desacuerdo	0	0
Totalmente en desacuerdo	10	100
Total	10	100

Fuente: Bello, D. (2016).

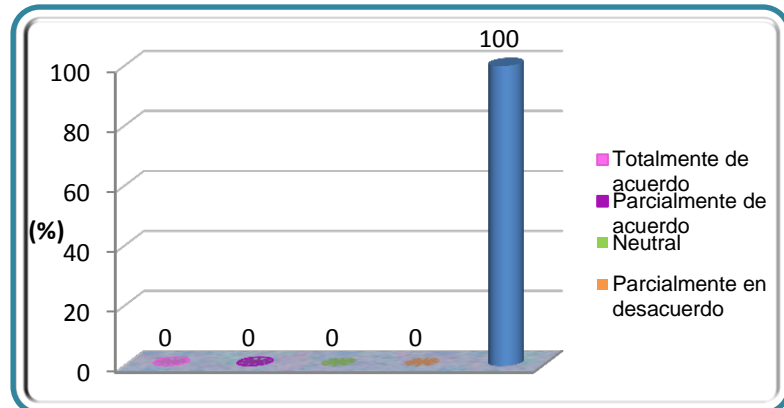


Gráfico 22. Publicación de Información para el Público

Fuente: Elaboración propia (2016).

En el gráfico se puede apreciar que el 100% de los gerentes de las empresas comerciales del sector médico quirúrgico que fueron encuestados, están totalmente en desacuerdo que se publica constantemente información interna de la empresa para el público en general, lo que significa de acuerdo con Nonaka y Takeuchi (1999), que no se dan a conocer los productos, la imagen de las empresas; por tanto pierden la posibilidad de alcanzar más mercados, incrementar ventas, utilidades y rentabilidad; por tanto, no se valoran las actividades de combinación y se afecta la gestión de conocimiento.

Variable: Gestión del conocimiento

Indicador: Valoración Actividades de Interiorización (Conocimiento explícito a tácito)

Ítemes: 23 y 24

Ítem 23. Se permite la simulación y/o experimentación con productos y procesos a partir de manuales, historias orales y documentos, entre otros.

Cuadro 24. Simulación a partir de manuales

Opciones	Frecuencia	(%)
Totalmente de acuerdo	0	0
Parcialmente de acuerdo	0	0
Neutral	0	0
Parcialmente en desacuerdo	0	0
Totalmente en desacuerdo	10	100
Total	10	100

Fuente: Bello, D. (2016).

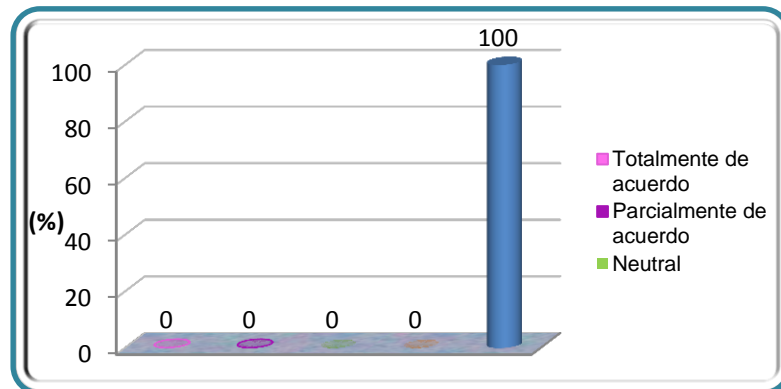


Gráfico 23. Simulación a partir de Manuales

Fuente: Elaboración propia (2016).

En el gráfico se puede apreciar que el los gerentes de las empresas comerciales del sector médico quirúrgico que fueron encuestados, están totalmente en desacuerdo que se permite la simulación y/o experimentación con productos y procesos a partir de manuales, historias orales y documentos, entre otros. Esto quiere decir, según Moya (2009), que no hay conocimiento explícito a tácito, porque los conocimientos adquiridos en la

formación académica no son transmitidos a los trabajadores en el puesto de trabajo, por tanto no hay innovación y afecta el desarrollo de la empresa.

Ítem 24. Se alienta y es práctica habitual la simulación y/o experimentación con procesos y/o productos a partir de quejas, sugerencias, preguntas y peticiones de los clientes.

Cuadro 25. Simulación a partir de quejas

Opciones	Frecuencia	(%)
Totalmente de acuerdo	0	0
Parcialmente de acuerdo	0	0
Neutral	0	0
Parcialmente en desacuerdo	0	0
Totalmente en desacuerdo	10	100
Total	10	100

Fuente: Bello, D. (2016).

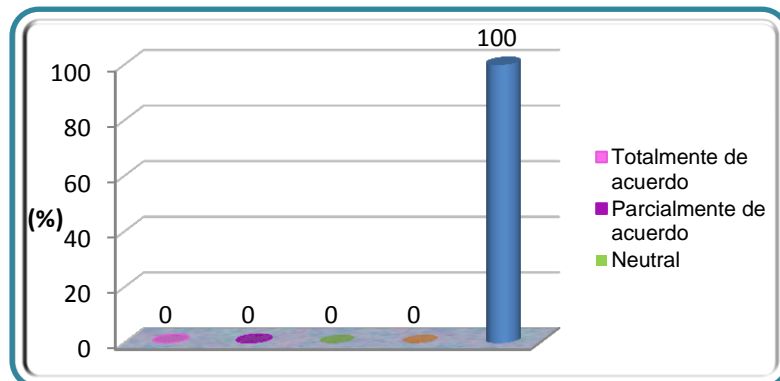


Gráfico 24. Simulación a partir de Quejas

Fuente: Elaboración propia (2016).

En el gráfico se puede apreciar que los gerentes de las empresas comerciales del sector médico quirúrgico que fueron encuestados, están totalmente en desacuerdo que se alienta y es práctica habitual la simulación

y/o experimentación con procesos y/o productos a partir de quejas, sugerencias, preguntas y peticiones de los clientes. De acuerdo con Nonaka y Takeuchi (1999), no hay conocimiento explícito a tácito, lo que significa que no se busca solución a los problemas. En este caso, no se toman en cuenta las quejas, lo que significa que no aplican medidas correctivas, lo que puede estar afectando todo el proceso interno de las empresas objeto de estudio.

Objetivo Específico Nº 2: Contrastar la gestión del conocimiento como fuente de innovación en empresas comerciales del sector médico quirúrgico en el estado Carabobo, con los modelos existentes.

Variable: Innovación

Indicador: Innovación, Investigación y Desarrollo, contexto interno, actividades internas.

Ítems: 25 - 29

Ítem 25. Se le da importancia a la innovación y la I+D.

Cuadro 26. Innovación, Investigación y Desarrollo

Opciones	Frecuencia	(%)
Totalmente de acuerdo	4	40
Parcialmente de acuerdo	2	20
Neutral	0	0
Parcialmente en desacuerdo	0	0

desacuerdo		
Totalmente en desacuerdo	4	40
Total	10	100

Fuente: Bello, D. (2016).

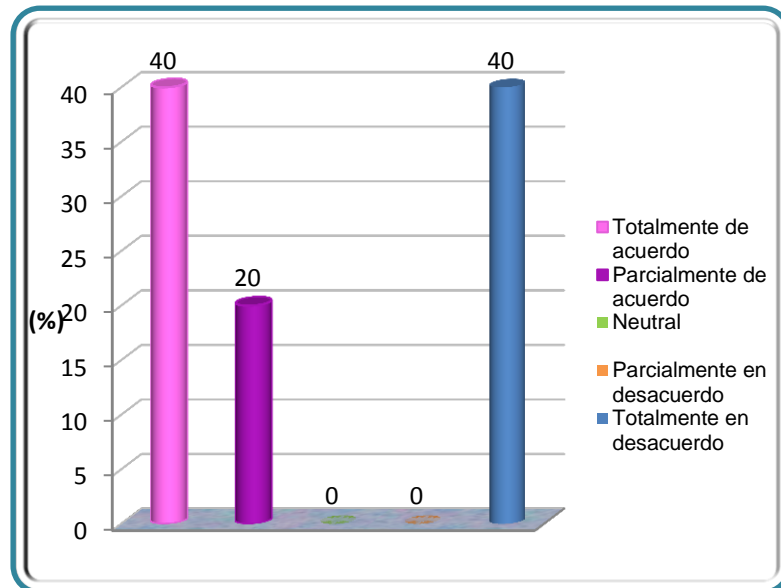


Gráfico 26. Innovación, Investigación y Desarrollo
Fuente: Elaboración propia (2016).

En el gráfico se puede apreciar que poco más de la mitad de los gerentes de las empresas comerciales del sector médico quirúrgico que fueron encuestados, están de acuerdo que se le da importancia a la innovación y la investigación y desarrollo. Estos resultados demuestran que la innovación, investigación y desarrollo está en proceso, por tanto los procesos productivos no son desarrollados en base a nuevos conocimientos o a la combinación novedosa de conocimiento preexistente, por lo que no son introducidos eficazmente en los mercados, afectando la calidad y precio, así como la eficiencia en los servicios ofrecidos a los consumidores. Esto implica que la gestión de conocimiento en la empresa objeto de estudio es medianamente una fuente para la innovación.

Ítem 26. Se modifican y/o mejoran constantemente los procesos operativos como la comercialización.

Cuadro 27. Mejora de procesos operativos

Opciones	Frecuencia	(%)
Totalmente de acuerdo	4	40
Parcialmente de acuerdo	5	50
Neutral	0	0
Parcialmente en desacuerdo	0	0
Totalmente en desacuerdo	1	10
Total	10	100

Fuente: Bello, D. (2016).

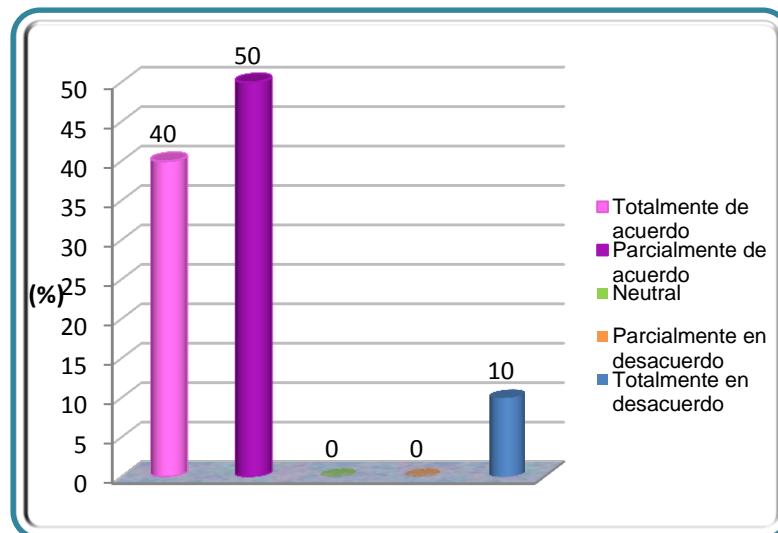


Gráfico 26. Mejora de procesos operativos

Fuente: Elaboración propia (2016).

En el gráfico se puede apreciar que los gerentes de las empresas comerciales del sector médico quirúrgico que fueron encuestados, están parcialmente de acuerdo que se modifican y/o mejoran constantemente los

procesos operativos como la comercialización. Los resultados demuestran mejoras en los procesos operativos, aunque en gráficos anteriores se evidencia que no hay enfoque estratégico en el mercado; lo que puede considerarse como fuente para la innovación en proceso, de acuerdo con Martínez (2006).

Ítem 27. Continuamente se desarrollan y/o modifican estructuras, puestos de trabajo y responsabilidades.

Cuadro 28. Modificación de estructuras, puestos de trabajo y responsabilidades

Opciones	Frecuencia	(%)
Totalmente de acuerdo	0	0
Parcialmente de acuerdo	0	0
Neutral	0	0
Parcialmente en desacuerdo	0	0
Totalmente en desacuerdo	10	100
Total	10	100

Fuente: Bello, D. (2016).

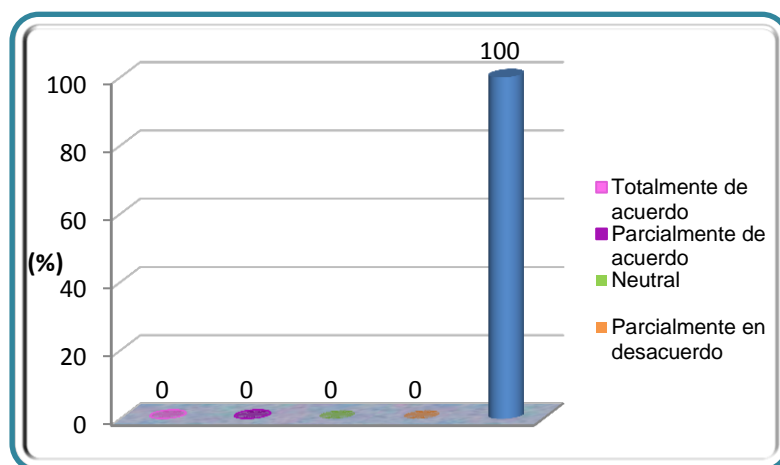


Gráfico 27. Modificación de estructuras, puestos de trabajo y responsabilidades
 Fuente: Elaboración propia (2016).

En el gráfico se puede apreciar que los gerentes de las empresas comerciales del sector médico quirúrgico que fueron encuestados, están totalmente en desacuerdo que continuamente se desarrollan y/o modifican estructuras, puestos de trabajo y responsabilidades. Estos resultados demuestran que no se modifican las estructuras, e implica en el caso de las empresas objeto de estudio que la gestión de conocimiento no es considerada fuente de innovación, que de acuerdo con Herrera, H. (s/f), administrativamente existe un nuevo término que ha surgido en el medio empresarial, que nos permite darnos cuenta de que las cosas pueden cambiar, el término es gestión del conocimiento el cual dice que hay que dejar de pensar en el recurso humano como recurso y ver en el la oportunidad de administrar el talento que posee.

Ítem 28. Se identifican y adoptan mejores prácticas del sector de manera continua.

Cuadro 29. Mejores prácticas

Opciones	Frecuencia	(%)
Totalmente de acuerdo	7	70
Parcialmente de acuerdo	3	30
Neutral	0	0
Parcialmente en desacuerdo	0	0
Totalmente en desacuerdo	0	0
Total	10	100

Fuente: Bello, D. (2016).

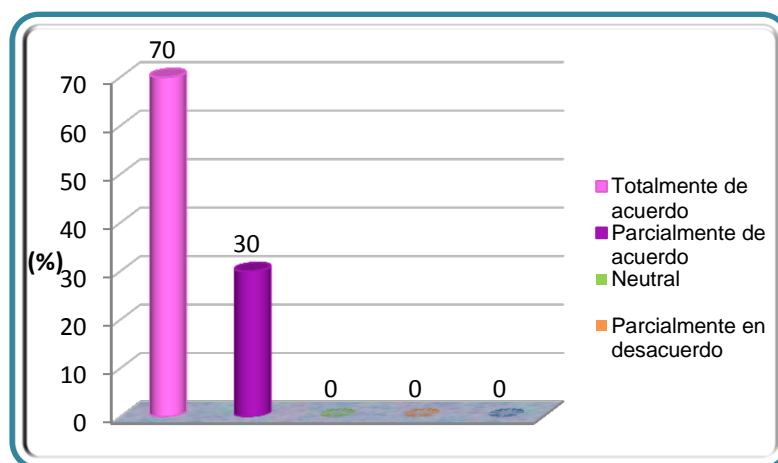


Gráfico 28. Mejores prácticas
Fuente: Elaboración propia (2016).

En el gráfico se puede apreciar que los gerentes de las empresas comerciales del sector médico quirúrgico que fueron encuestados, están de acuerdo que se identifican y adoptan mejores prácticas del sector de manera continua. Al Respecto, Vidal, C. (2004: 19), acota: “La gestión del conocimiento puede contribuir a un mejor desempeño en un gran número de procesos empresariales, tales como la implantación de mejores prácticas y mejora continua”.

Los resultados demuestran adopción de mejores prácticas, sin embargo en resultados anteriores se evidenció que no lo hacen porque no tienen enfoque hacia la gestión del conocimiento, por lo que la gestión de conocimiento no es una fuente para la innovación en estas empresas, dado que no están orientadas hacia un mejor desempeño empresarial.

Ítem 29. La retroalimentación de los clientes es positiva.

Cuadro 30. Retroalimentación

Opciones	Frecuencia
----------	------------

		(%)
Totalmente de acuerdo	5	50
Parcialmente de acuerdo	3	30
Neutral	0	0
Parcialmente en desacuerdo	2	20
Totalmente en desacuerdo	0	0
Total	10	100

Fuente: Bello, D. (2016).

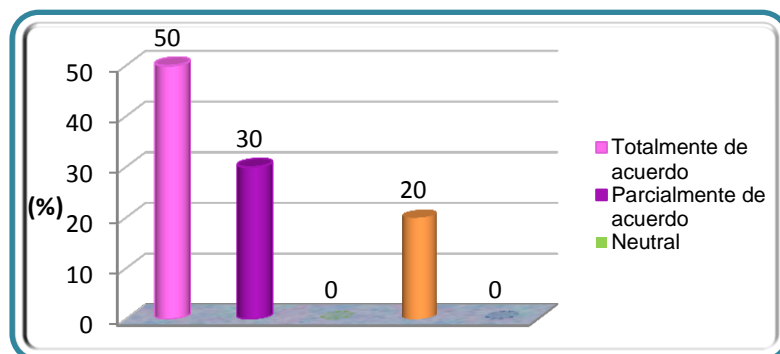


Gráfico 29. Retroalimentación

Fuente: Elaboración propia (2016).

En el gráfico se puede apreciar que los gerentes de las empresas comerciales del sector médico quirúrgico que fueron encuestados, están totalmente de acuerdo que la retroalimentación de los clientes es positiva, Con relación a la innovación, en función de lo que argumenta Martínez (2006), en las empresas comerciales del sector médico quirúrgico no se están aplicando diversos conocimientos mediante procesos de formación y de aprendizaje que conduzcan a la solución de problemas concretos, no existe investigación y desarrollo, no hay enfoque hacia la mejora continua. Y si bien es cierto, que la innovación no requiere necesariamente de la obtención previa de un conocimiento nuevo; sin embargo, en estas empresas no se implementan acciones para la generación de conocimientos.

CAPÍTULO V

LA PROPUESTA

Formulación de los elementos de un modelo de gestión del conocimiento para la innovación en empresas comerciales del sector médico quirúrgico en el estado Carabobo.

Objetivos de la Propuesta

Objetivo General

Formular los elementos de un modelo de gestión del conocimiento para la innovación en empresas comerciales del sector médico quirúrgico en el estado Carabobo.

Objetivos Específicos

- Enfocar el Capital Intangible (motivación y formación) para la gestión de conocimiento efectiva.
- Identificar el Capital Organizacional (cultura organizacional y empresa inteligente) para que el conocimiento sea significativo en la organización.
- Enunciar el Capital Relacional (Imagen corporativa) como parte relevante para la gestión del conocimiento.

Análisis de Factibilidad

Factibilidad Técnica

Desde el punto de vista técnico, las empresas objeto de estudio poseen los equipos necesarios para llevar a cabo la propuesta, dado que disponen de la infraestructura, tecnología y equipos necesarios.

Factibilidad Operativa

Desde el punto de vista operativo, es importante resaltar que resulta viable para las empresas, dado que disponen de los recursos necesarios para la ejecución de la propuesta.

Factibilidad Económica

En torno al aspecto económico, todo proyecto requiere de un estudio de costos para determinar si es posible o no la implementación de nuevas acciones. Para la realización de esta propuesta, los costos son los siguientes: motivación, formación, cultura organizacional, empresas inteligentes e imagen corporativa. En definitiva, los costos del proyecto serán de Bs. 800.000.⁰⁰ Bs., los cuales se muestran en el cuadro siguiente:

Cuadro 31. Costos de la propuesta

Descripción	Costo (Bs.)
Fase I:Capital intangible (motivación y formación)	400.000, ⁰⁰
Fase II: Capital organizacional (cultura organizacional y empresas intangibles)	150.000, ⁰⁰
Capital relacional (imagen corporativa)	250.000, ⁰⁰
Total costos de la propuesta	800.000,⁰⁰

Fuente: Elaboración propia.

Desde el punto de vista económico el estudio es factible, dado que Siendo esta cantidad irrelevante porque generará mayores beneficios en utilidades y rentabilidad a la empresa, además, representará mejoras sustanciales en el desempeño, productividad y beneficios para la empresa.

Presentación y Justificación de la Propuesta

Los elementos de un modelo de gestión del conocimiento para la innovación en empresas comerciales del sector médico quirúrgico en el estado Carabobo, surgió de los resultados obtenidos, así como de la situación que presentan la gestión del conocimiento: valoración de actividades de socialización, el conocimiento tácito y el conocimiento explícito, que contribuya a que este sector logre competir de manera exitosa en el mercado aprovechando las sinergias, garantizando el aprendizaje y con una cultura innovadora para enfrentar los cambios que ocurren en el mercado día a día. De igual manera, el enfoque hacia el capital intelectual, va a contribuir con mayor motivación a los trabajadores, incentivos, formación, desarrollo profesional, que se sientan identificados y comprometidos. Seguidamente se presentan los elementos del modelo de gestión de conocimiento que se proponen, de acuerdo a fases:

- Fase I: Capital Intangible (motivación y formación).
- Fase II: Capital Organizacional (cultura organizacional y empresa inteligente).
- Fase III: Capital Relacional (Imagen corporativa)



Figura 4. Elementos del Modelo de Gestión de Conocimiento Propuesto.

Fuente: Bello, D. (2016).

Fase I: Capital Intangible: Los elementos para la gestión del conocimiento con énfasis en la motivación y la formación.

- **Motivación:** La gerencia de las empresas comerciales del sector médico quirúrgico en el estado Carabobo, debe implementar planes motivacionales, tales como: promover gestiones exitosas, premiando el logro de objetivos individual y colectivamente; que motiven al personal a hacer su mejor esfuerzo, asegurando que su buena gestión tendrá recompensas, esto no necesariamente tiene que ser monetario; la definición formará parte de los recursos con que cuenta

la empresa, pero la medida del esfuerzo de la empresa, seguramente será la medida del esfuerzo del trabajador por lograr los resultados.

- **Formación:** En cuanto a la formación del recurso humano para la gestión del conocimiento en las empresas comerciales del sector médico quirúrgico en el estado Carabobo, deben aplicar las acciones siguientes:
 - *Definir procesos de captación, Formación y Desarrollo de Facilitadores Internos:* A través de una evaluación de la formación y experiencia del personal que labora en la empresa e incluso con acuerdos o alianzas estratégicas con otras organizaciones similares o no, se identifican los facilitadores potenciales que puedan ejercer este rol formativo. Esto con la intención de proporcionar los recursos y definir el equipo de trabajo que llevará a cabo la propuesta. Esta acción es fundamental y debe asegurar tener un equipo motivado y cohesionado que pasa por evaluar quienes dentro de la organización pueden realizar estas labores, sin afectar las diarias, por lo que se hace necesario tener personal con una actitud positiva y consciente de los beneficios de esta propuesta. Se recomienda pero no es limitativo, que la búsqueda del personal se oriente al personal que más tiene contacto con otras áreas, y no el de labores repetitivas y en círculos operativos cerrados.
 - *Compilar información de cursos, presentaciones de entrenamiento. Generar y desplegar micros:* Esta actividad está referida a reunir la información disponible, creando una especie de biblioteca electrónica o física con el fin de salvaguardar lo disponible y crear una base de datos, con esta acción se pretende garantizar la implementación y continuidad

de la propuesta. De esta forma los cursos están siempre a la mano para programar jornadas de reforzamiento sin mayores esfuerzos, porque todo está disponible. En este sentido el uso de tecnología juega un papel fundamental. Por ejemplo, un problema frecuente en las empresas, es que la persona encargada de la inducción no siempre está disponible para el personal de nuevo ingreso, una alternativa es tener grabada la inducción y pasarla como una película. De esta manera también se asegura cubrir todos los puntos y que por desanimo o apuro con otras responsabilidades se escapen o salten algunos temas dentro de la inducción. Por supuesto esto tiene que acompañarse con una evaluación postcurso pero la inversión del tiempo de la persona encargada es menor.

- *Gestionar acuerdos interempresas para realizar círculos de conversación sobre áreas funcionales similares que permitan compartir experiencias, fuentes de información, contactos, proveedores, dudas, estrategias, indicadores relacionadas clasificadas por procesos (Ejemplo Logística, ventas, calidad, entre otros). La propuesta de alianza busca fortalecer a bajo costo la experiencia del personal a través de tertulias, conversatorios, correos narrativos, reuniones informales, compartir información; sobre las situaciones complejas a las que se enfrentan las áreas funcionales similares, y como las han manejado, buscando una visión externa para los problemas potenciales que dentro de la empresa no se han identificado y pueden ser un riesgo potencial, en caso de ser situaciones que si se han presentado dan la oportunidad de validar las decisiones tomada al compararlas con otros, accionar. Por ejemplo un problema típico en las empresas del sector medico-quirurgico es el equipo de auditores internos, luego de invertir en*

formación, se logra un equipo suficiente para enfrentar estas tareas dentro de la organización, al pasar un par de años el equipo auditor se reduce siempre por renunciaciones de las personas que fueron formadas, y la empresa tiene que volver a hacer la inversión. Con un acuerdo interempresas los equipos auditores pueden formarse aportando cada empresa su único auditor, quien auditaría a la(s) otra(s) organización(es), de esta forma ninguna de las empresas involucradas tiene que pagar asesorías para cubrir la ausencia del personal competente, ya esta es una actividad pequeña dentro de todas las diseñadas para el puesto de trabajo con la ventaja que el auditor al ir a otra empresa, auditar otros procesos, aumenta su experiencia y competencia, haciendo la auditoría más formal, que dentro de la organización genera mayor compromiso con el cumplimiento de las desviaciones detectadas.

- *Planificar el crecimiento de la empresa y de la redistribución del personal en nuevas funciones (plan de carreras).* En concordancia con los beneficios y el alcance de la propuesta de gerencia del conocimiento, se debe incluir en los planes estratégicos de la empresa, considerando su crecimiento, diversificación e inclusive reducción; la forma como se proyectarán las carreras del personal que labora en la empresa, adaptándolas a las nuevas situaciones. Se debe entonces evaluar las opciones internas, de acuerdo a la experiencia, expectativa, nuevos estudios adquiridos. Cuando se avistan cambios en el rumbo de la empresa se diagnostica la competencia del personal actual, las debilidades existentes, y se anticipa los futuros escenarios para fortalecer las competencias. Un ejemplo puede ser el creciente uso de los sistemas computarizados y el internet, que por lo general siempre están en un departamento o

personal de informática que no conoce los requerimientos administrativos, y un personal de administración que no conoce mucho de internet, logrando fusionar ambos departamentos se puede transferir el conocimiento de un lado hacia el otro, inclinando la balanza de acuerdo a la identificación de mayor fortaleza en experiencia, conocimiento y actitud, si se visualiza una reducción del personal. Vendiendo también la idea que este aprendizaje dual garantiza a la persona que debe salir de la organización una mayor formación que aumente sus probabilidades de conseguir un empleo.

- *Fomentar la participación del personal para documentar la experiencia clave en sus cargos, tales como jornadas de capacitación, círculo de aprendizaje, entrevistas informarles de los jefes, lecciones aprendidas.* Esta acción, unida a la anterior es pulsar la opinión desde adentro buscando iniciativas sobre el futuro de las formas de trabajo que puedan mejorarse, cambiarse, ntegrarse, para reducir costos, mejorar procesos, tiempos de comunicación. Por ejemplo reorganizar los puestos de trabajo de la empresa, para que los cargos que requieran mayor comunicación, se encuentren uno al lado del otro.
- *Desarrollar un Plan de Entrenamiento formal que incluya conocimiento genérico y específico. Habilidades y Aptitudes. Practicas Operativas.* Esta actividad viene a medir la eficacia y eficiencia de la propuesta, poder medir lo adecuado o inadecuado de las acciones. Esta medición debe establecerse desde el principio y no debe obedecer a la improvisación ya que debe haber claridad en las razones del esfuerzo e inversión que se hace, no así con el indicador de horas de entrenamiento, pues de nada vale dar el entrenamiento, si como resultado no mejoran los procesos y/o

actividades, a veces es mejor (más eficaz) y más económico (eficiente), una tertulia, una visita a otra empresa, un taller, es decir prácticas y no un entrenamiento de 16 horas con un asesor que tiene una presentación estándar: teórica. Los indicadores deben estar enfocados a la calidad, al logro de objetivos, y no a la cantidad. Los trabajos no pueden ser robotizados, esto es lo que le da flexibilidad a la empresa, el trabajador debe tener raciocinio, capacidad de análisis, dinamismo y flexibilidad.

Fase II: Capital Organizacional: Los elementos para la gestión del conocimiento en las empresas comerciales del sector médico quirúrgico en el estado Carabobo, que se plantean son: la cultura organizacional y organizaciones inteligentes.

- **Cultura Organizacional:** Partiendo del Modelo de Nonaka y Takeuchi (1999), las empresas de empresas comerciales del sector médico quirúrgico en el estado Carabobo, deben proporcionar suficiente autonomía a sus miembros para motivarlos, estar abierta a los cambios constantes y éstos deben tener la capacidad de adaptación a los cambios, tanto en lo social como en lo económico y tecnológico, generar nuevos conocimientos a partir de la experiencia, las aptitudes y actitudes en el desarrollo de una cultura propia También, la realidad cultural debe reflejar un marco de valores, creencias, ideas, sentimientos y voluntades. Esta óptica de una nueva cultura organizacional le permitirá a la gerencia de las empresas comerciales del sector médico quirúrgico en el estado Carabobo, comprender y aplicar mejora continua, así como compartir conocimientos, valores, convirtiéndose en una organización que aprende, lo que contribuirá a

enfrentar sus problemas de adaptacion externa e integracion interna. Esta cultura debe estar presente en todos los niveles de direccion de la organizacion y entre sus empleados. Por lo que la Gestion del Conocimiento es un importante metodo de trabajo que propicia, con el manejo de las tecnologias, desarrollo de una cultura organizacional, y un clima o ambiente de trabajo, que incremente la confianza entre sus miembros y el intercambio de ideas, que fomente la integracion de las unidades, el trabajo en equipo y sea tolerante en los errores y sean considerados ensenanza.

- **Empresas Inteligentes:** La consolidación de las empresas comerciales del sector médico quirúrgico en el estado Carabobo, como empresas inteligentes se basa en un entorno de trabajo donde se sientan las bases para alinear las necesidades de la organización con sus integrantes para lograr una organizacion organizada por procesos “inteligentes, que lleve a generar una organizacion “inteligente”. La base fundamental de esta metodologia son las personas, principales precursores del conocimiento, estas forman equipos y posteriormente crean la organizacion. Las personas, los equipos y la organizacion poseen capacidades (conocimiento, talento habilidades, entre otros) que pueden formarse y constituyen el principal insumo para generar conocimiento. La correcta alineacion de las personas, equipos y la organizacion generan comunicacion , aprendizaje, trabajo en equipo, liderazgo, formacion, innovacion, cultura organizacional, factores que determinan la eficiencia organizacional.

Fase III: Capital Relacional: Los elementos del modelo de gestión del conocimiento para las empresas comerciales del sector médico quirúrgico en el estado Carabobo, hacen hincapié en la imagen corporativa.

Imagen corporativa: la imagen corporativa de las empresas comerciales del sector médico quirúrgico del estado Carabobo, está conformado por los siguientes elementos:

- ***Misión de las empresas comerciales del sector médico quirúrgico del estado Carabobo:*** Aplicar ciencia a nuestros recursos globales para mejorar la salud y el bienestar en todas las etapas de la vida, a través de la fabricación, distribución y comercialización de alta calidad poniendo al servicio de la comunidad los avances tecnológicos y científicos a precios razonables que permitan satisfacer al cliente y a la organización, para contribuir de una forma activa al mejoramiento de la salud. Con capital humano como el recurso más valioso con el que se cuenta, trabaja constantemente en proporcionar calidad de servicio para mejorar el estándar de vida de todos los venezolanos. Nos debemos a nuestros clientes; pacientes, quienes son el motor que nos impulsa a ser mejores. Atendemos las necesidades de nuestros médicos para ofrecerles y disponer de los insumos que requieren en sus consultas. Queremos ser activos en la comunidad y devolver con acciones una parte importante para quienes confían en nosotros. Estamos comprometidos para aliviar el dolor y sufrimiento de tantos hogares que requieren de nuestro cuidado. Nos apoyamos en herramientas valiosas e innovadoras para mejorar la calidad de nuestros servicios y así poder dar los mejores beneficios a nuestros empleados y accionistas.

- **Visión de las empresas comerciales del sector médico quirúrgico del estado Carabobo:** Llegar a ser líderes en el mercado nacional, de Latinoamérica, orientando sus recursos económicos y humanos a la investigación y desarrollo de nuevos medicamentos con alta calidad, para así cubrir las necesidades del mercado, de acuerdo con la Legislación Vigente que define la autoridad y la responsabilidad de los programas de investigación y de esta manera lograr mantener buenas estrategias de mercado.
- **Valores de las empresas comerciales del sector médico quirúrgico del estado Carabobo:** Proporcionar el mejor de los servicios a la población venezolana en el sector salud, mediante mejores productos, presentaciones, precios accesibles y garantizando a sus trabajadores un ambiente sano con posibilidades de formación empresarial.

Objetivos de las empresas comerciales del sector médico quirúrgico del estado Carabobo:

- + Dedicarse a la manufactura, comercialización y mercado de productos médico quirúrgicos de alta calidad, para el consumo humano.
- + Ofrecer a los clientes productos y servicios de gran calidad y libre error, para la plena satisfacción del cliente y a la vez cubrir todo el mercado de dichos productos.
- + Orientar la planeación administrativa de la empresa hacia el crecimiento del volumen de ventas.

- ✚ Definir una estructura eficaz que permita la asignación de responsabilidades que faciliten la toma de decisiones.
- **Identidad Social:** las empresas comerciales del sector médico quirúrgico del estado Carabobo tienen una gran responsabilidad social dado que posee el compromiso de lograr mejores condiciones de vida para la población, cuyo objetivo es la preservación de la salud y alivio de los síntomas de muchos padecimientos, al ser proveedoras de soluciones a las necesidades de salud y bienestar de la sociedad.

- ✚ **Proveedores:** seleccionar a los proveedores a través de un proceso de evaluación que enfoque además su compromiso con la Sustentabilidad. Aplicación del programa denominado Supplier Relationship Management, mediante el cual se trabaje con algunos de los proveedores estratégicos, llevando a cabo reuniones trimestrales, compartiendo nuevas ideas y oportunidades de negocio.

- ✚ **Relaciones con los pacientes:** En los ensayos clínicos de nuevos productos figuran significantes cuestiones éticas, como son velar por la seguridad de los pacientes implicados en los ensayos clínicos y establecimiento de comités independientes de vigilancia de datos, aparte de otras cuestiones éticas sobre los procesos de investigación. Las compañías estudiadas explicitan, en mayor o menor medida, este requerimiento que, por otra parte, suele estar debidamente regulado. En relación con el producto, se subraya el compromiso por la eficacia, la calidad y la seguridad de las medicinas ofertadas.

- ✚ **Ética en las relaciones empresariales:** Los aspectos éticos en las transacciones y relaciones empresariales quedan concretados a través de códigos de conducta, que suelen incluir aspectos como:

Respeto por las personas, orientación al cliente, comunidad, innovación, trabajo en equipo, desempeño, liderazgo y calidad, integridad, que envuelve las más altas normas de honestidad y comportamiento ético y ejemplaridad en el carácter moral, y excelencia, manifestada en una continua búsqueda de modos de mejorar los negocios y dar lo mejor de uno mismo.

✚ **Relaciones asociativas:** Las relaciones con centros de investigación universitarios, con hospitales o con alguna otra empresa, son frecuentes en las empresas comerciales del sector médico quirúrgico del estado Carabobo. Por ello no es de extrañar que se afirme el propósito de buscar relaciones asociativas que fomenten unas buenas relaciones a largo plazo.

✚ **Solidaridad y filantropía empresarial:** A través de acciones directas o por medio de fundaciones vinculadas a la empresa, las compañías citadas realizan acciones de ayuda a causas humanitarias y sociales, generalmente relacionadas con la salud, iniciativas al servicio de la vida, colaboración, ya sea directamente o a través de organizaciones sin fines de lucro. Por ejemplo; Acciones en la lucha contra el cáncer.

- ***Identidad Comercial de las empresas comerciales del sector médico quirúrgico del estado Carabobo:*** están en capacidad para competir en el mercado comercializando los productos.

Comunicación: las empresas comerciales del sector médico quirúrgico del estado Carabobo deben tener claro que el marketing y la comunicación de los medicamentos tienen cuatro características particulares: 1) tiene un fuerte componente racional (hallazgos científicos de las características y beneficios

de la droga); 2) la regulación establecida en cuanto a la aprobación y distribución de medicamentos, que limita la comunicación acerca de los medicamentos de prescripción a los consumidores finales (pacientes) y también indica ciertos aspectos de la comunicación a profesionales médicos y 3) los cambios en la relación médico-paciente que derivan de la mayor cantidad de información disponible para el público (Internet, medios masivos, entre otros), los seguros de salud por el aumento de los costos hace que los mensajes tengan que ser dirigidos a múltiples audiencias y 4) situaciones de escasez e incertidumbre en la que sea emergencia la salud de la población.

La comunicación de las empresas comerciales del sector médico quirúrgico del estado Carabobo debe orientarse tanto a médicos como a los pacientes, porque en la actualidad son muchas las personas que buscan información en Internet y medios masivos y desean tener una participación más activa en las decisiones sobre su tratamiento, por lo que también los pacientes se han convertido en un importante target de la comunicación. Partiendo de que no se puede hacer promoción de medicamentos de prescripción a pacientes, es importante que las empresas comerciales del sector médico quirúrgico del estado Carabobo hagan lo siguiente:

- ✚ Comunique y eduque acerca de las patologías y opciones de tratamiento disponibles.
- ✚ Comunique e informe en relación a las enfermedades crónicas, que son cada vez más prevalentes debido al envejecimiento de la población.
- ✚ Igualmente, la comunicación de las las empresas comerciales del sector médico quirúrgico del estado Carabobo debe ir dirigida a los

gobiernos y seguros de salud, por cuanto son actualmente un actor importante en la comercialización de medicamentos y deben ser tomados en cuenta.

- ✚ Implementar la comunicación online como una fórmula de llegar a más gente y posicionar mejor la marca a un coste menor.

- ✚ **Interacción y comunicación personalizada con los clientes:** las empresas comerciales del sector médico quirúrgico del estado Carabobo **deben tener en cuenta que este** aspecto sigue siendo sumamente importante para el cuerpo médico. Aunque los medios digitales permiten un mayor y más rápido acceso a la información científica, la falta de tiempo para revisar toda esa información hace que muchos médicos sigan teniendo a los visitantes o representantes de ventas como un vehículo válido para conocer aspectos del producto.

- ✚ **Comunicación a través de las redes sociales:** Las redes sociales han propiciado una oportunidad a las las empresas comerciales del sector médico quirúrgico del estado Carabobo de comunicarse con los pacientes y profesionales de la salud y conocer sus necesidades y como una alternativa para los pacientes que desean conocer mejor sus tratamientos, proporcionando mayor conocimiento sobre los medicamentos genéricos a la población que cualquier otra forma de divulgación previa.

Estrategias de Confianza y Fidelidad: las empresas comerciales del sector médico quirúrgico del estado Carabobo desarrollan estrategias de confianza y fidelidad, las mismas se describen seguidamente:

- ✚ Enfoque en el Mensaje: Al igual que en las demás industrias, la competencia en las las empresas comerciales del sector médico quirúrgico del estado Carabobo es cada vez mayor y generalmente para cada patología existen varias opciones de tratamiento. Por tanto, las las empresas comerciales del sector médico quirúrgico del estado Carabobo deben enfocarse en lograr que el mensaje destaque sobre el resto y fidelizar a los clientes es fundamental. Por tanto, los mensajes deben tener mayor contenido emocional que logren una mayor relación con las necesidades de los clientes y mayor fidelización.
- ✚ Credibilidad: El otro factor para conseguir el cambio de actitudes es la credibilidad. Las las empresas comerciales del sector médico quirúrgico del estado Carabobo deben tener presente que la mitad de la población no se cree lo que ve en Internet y confían en recomendaciones de allegados. ¿En quién confían los pacientes? En otros pacientes. Por ese motivo, las empresas comerciales del sector médico quirúrgico del estado Carabobo deben tomar en cuenta la colaboración con [redpacientes](#) (@redpacientes), la mayor red social de pacientes.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

Al finalizar la investigación que tuvo como objetivo general: Proponer los elementos de un modelo de gestión del conocimiento para la innovación en empresas comerciales del sector médico quirúrgico en el estado Carabobo, se obtuvo evidencias de interés, las cuales se resumen de acuerdo con los objetivos específicos.

El entorno de incertidumbre económica actual en el país, aunado a los cambios constantes que impone la globalización de los mercados, obliga a las organizaciones a cambiar constantemente dado que se ha modificado la manera de hacer negocios así como la estructura del pensamiento gerencial, por lo resulta necesario gestionar de manera efectiva el conocimiento mediante procesos orientados al análisis, disseminación, utilización y traspaso de experiencias, información y conocimiento entre los miembros de la organización, con el único propósito de generar valor a la empresa, lo que implica además, innovación.

En cuanto al primer objetivo específico que consistió en: Diagnosticar la situación actual que caracteriza la gestión del conocimiento en empresas comerciales del sector médico quirúrgico en el estado Carabobo, se pudo evidenciar que los conocimientos del recurso humano no son considerados innovadores, falta de comunicación, lo que afecta la gestión del

conocimiento, falta de conocimiento de las estrategias, misión, valores y normas, no se comparten los valores, poco trabajo en equipo, lo que impide compartir conocimientos, esto implica que la valoración de actitudes es baja lo cual impacta de manera negativa en la gestión de conocimiento.

De acuerdo con lo citado por Molina y Monserrat (2002) y considerando los resultados obtenidos en los ítems 1 al 8, la situación actual de la gestión del conocimiento en empresas comerciales del sector médico quirúrgico en el estado Carabobo, se caracteriza por falta de enfoque en la misión, visión, objetivos, valores y normas, lo que implica que no se valoran las actitudes.

En cuanto a la socialización (conocimiento tácito a tácito), se diagnosticó que no hay socialización, que de acuerdo a Nonaka y Takeuchi (1999), ocurre cuando dos o más personas comparten su conocimiento implícito para la realización de una tarea. Esta socialización no conduce a la creación de un conocimiento "explícito" y en general se produce solamente cuando las personas comparten una cultura y una experiencia efectiva previa de trabajo. Este compartir conocimiento "implícito" con otro conocimiento "implícito" puede facilitar la realización de tareas o mejoras de las prácticas pero el alcance del cambio institucional queda limitado a los participantes en el intercambio. La socialización produce lo que puede llamarse conocimiento armonizado (modelos mentales y habilidades técnicas compartidos). Ahora bien, partiendo de lo que es la socialización, es evidente que en las empresas comerciales del sector médico quirúrgico no se valoran las actividades de socialización porque no se comparte conocimiento para la realización de las actividades.

En lo concerniente a la Exteriorización, que según Nonaka y Takeuchi (1999), ocurre cuando se puede convertir el conocimiento "implícito" o "tácito"

en conocimiento "explícito". Esta transformación requiere la generación de conceptos, la articulación entre los mismos y la captura o codificación del conocimiento en documentos, videos, artículos, libros, relatos, blogs, entre otros. Para lograr la exteriorización se suele requerir de un proceso de preguntas y reflexiones sobre las prácticas de manera que sea posible articular el conocimiento "implícito" y traducirlo en un lenguaje que pueda ser entendido por otros que no necesariamente conozcan las prácticas de donde se deriva dicho conocimiento. Es posible también transformar el conocimiento "tácito" en "explícito" con un trabajo de diálogo entre diferentes expertos de campo, dedicado a compartir conocimientos "tácitos" para identificar elementos y categorías comunes de sus prácticas. La exteriorización genera conocimiento conceptual (conceptos, analogías y metáforas).

Tomando en cuenta lo que es la exteriorización (conocimiento tácito a explícito), y de acuerdo con los resultados emanados, se encontró que en las empresas comerciales del sector médico quirúrgico no se valoran las actividades de exteriorización, lo que impide la gestión de conocimiento.

La combinación (Conocimiento explícito a explícito) según Nonaka y Takeuchi (1999), es el proceso de compartir conocimientos explícitos (documentos, manuales, videos, procedimientos, casos, notas, etc.) para producir nuevo conocimiento o reconfigurarlo y hacerlo más relevante y práctico. La creación de centros de recursos organizados por temas pertinentes a las organizaciones sociales facilita la combinación. El reto para la combinación es el poner a disposición de los miembros de un organización social o de las organizaciones sociales en su conjunto el conocimiento codificado, clasificado en un forma pertinente para el aprendizaje (portales,

centro de información con categorías orientadoras, centros de recursos organizados por temas pertinentes a las organizaciones sociales) de manera que este conocimiento pueda estar disponible para las diversas iniciativas de aprendizaje de las organizaciones sociales.

Ahora bien, de acuerdo con los resultados obtenidos evidencian que no se valoran las actividades de combinación porque no se logra conocimiento sistémico, lo que afecta la gestión de conocimiento.

En relación a la internalización (Conocimiento explícito a tácito), Nonaka y Takeuchi (1999), sostienen que el proceso de internalización es la transformación del conocimiento "explícito" nuevamente en conocimiento "tácito" o "implícito" para que pueda ser aplicado a las prácticas institucionales que se pretenden mejorar. La interiorización crea conocimiento operacional orientado a la solución de problemas y al cambio en la forma de hacer las cosas. En general las iniciativas de aprendizaje combinan las cuatro formas de compartir conocimiento. El peso de cada una de las formas, sin embargo, depende de la experiencia previa y del acervo de conocimiento existente en la institución. Si por ejemplo no se tiene el conocimiento codificado, la iniciativa deberá darle un gran énfasis en el inicio al proceso de externalización y posteriormente trabajar en los procesos de combinación e internalización. Si por el contrario, ya se tiene un centro de recursos con prácticas documentadas, la iniciativa puede darle un mayor peso al proceso de combinación e internalización.

De acuerdo con lo expresado y en función de los resultados obtenidos, se diagnosticó que en las empresas comerciales del sector médico quirúrgico no se valoran las actividades de internalización, porque no se aprende para cambiar y mejorar prácticas, el conocimiento no es internalizado.

En relación al segundo objetivo específico de la investigación basado en: Contrastar la gestión del conocimiento como fuente de innovación en empresas comerciales del sector médico quirúrgico en el estado Carabobo, con los modelos existentes, se encontró que no se le da importancia a la innovación y la investigación y desarrollo, no se modifican y/o mejoran constantemente los procesos operativos como la comercialización, no se desarrollan y/o modifican estructuras, puestos de trabajo y responsabilidades, no se se identifican y ni adoptan mejores prácticas del sector de manera continua y la retroalimentación a los clientes no es completamente positiva.

En lo que corresponde al tercer objetivo específico: Formular los elementos de un modelo de gestión del conocimiento para la innovación en empresas comerciales del sector médico quirúrgico en el estado Carabobo, los cuales se plantearon mediante tres fastes: 1) Capital humano (motivación y formación), 2) Capital organizacional (cultura organizacional y empresa inteligente) y 3) Capital relacional (imagen corporativa).

Recomendaciones

En virtud de las evidencias encontradas en la investigación, se formulan las siguientes recomendaciones:

- Implementar la gerencia del conocimiento en un área funcional como piloto: aplicar en forma sectorizada la administración del conocimiento para monitorear los resultados puntuales del área

funcional, contra las áreas donde no ha sido aplicada para afinar las técnicas y herramientas aplicadas, y evaluar los resultados en forma comparativa, a partir de los elementos de la gestión del conocimiento planteados en esta investigación.

- La gerencia debe crear un ambiente que estimule el conocimiento en el que converjan la calidad de los recursos humanos, la capacidad de gestionar la información y la presencia de un modelo organizativo capaz de implementar e integrar las herramientas, técnicas y métodos adecuados para involucrarse completamente en el proceso de creación del conocimiento.
- Disponer de los servicios de un profesional en Organización y Métodos de manera de contar con un manual de normas y procedimientos de las áreas más débiles en cuanto a conocimiento explícito se refiere, de forma tal que esté completamente estructurado.
- Adquirir la práctica de establecimiento de objetivos al personal de manera de basar parte de las evaluaciones de desempeño en la consecución de dichas metas.
- Establecer un equipo multidisciplinario: Formar un equipo de trabajo con la participación de personal de mayor tiempo en la empresa, gestiones con mejores resultados, histórico de problemas que se hayan reportado en la empresa (accidentes, calidad, financieros) y expertos en el área de recursos humanos; a fin de recolectar ideas y sugerencias sobre buenas prácticas iniciadas en el pasado y que no fueron sostenidas, propuestas de estructuras organizacionales

alternativas, entre otras.

- Implementar reuniones de mejoras y sugerencias con el personal.

LISTA DE REFERENCIAS

Árias, Fídias (2006). **El Proyecto de Investigación**. Editorial Episteme. Caracas.

Balestrini, Miriam (2006). **Cómo se Elabora el Proyecto de Investigación**. BL Consultores Asociados, Servicio Editorial, Caracas.

Barrigaz, Nohelia y Bravo, Mahyreth (2012). **Gestión del conocimiento como fuente transformadora en la sorganizaciones del siglo XXI**. Trabajo de Grado no publicado. Universidad de Camagûey. Cuba.

Benavides, C. y Quintana, C. (2003). **Gestión del Conocimiento y Calidad Total**. Ediciones Díaz de Santos. Madrid.

Calderón, María (2010). **El Valor Estratégico de los Acuerdos de Colaboración para la Adquisición de Conocimiento en Procesos Abiertos de Innovación: Con Especial Atención al Sector de las TIC en España**. Tesis Doctoral. Universidad Complutense de Madrid. España.

Cordero, Ana y García, Fernando (2008). **La Gestión del Conocimiento y los Equipos de Trabajo: Fundamentos teóricos**. Disponible en: <http://servicio.bc.uc.edu.ve/faces/revista/lainet/lainetv1n2/art2.pdf>. Consulta: 2017, Febrero 15.

Córdoba, Alejandro (2005). **El Reto de la Gestión Empresarial**. Editorial Deusto. España.

Delgado, Yamile, Colombo, Leyda y Orfila, Rosmel (2003). **Conduciendo la**

Investigación. Comala.com, Caracas.

Del Canto, Ero (2014). **La Gestión del capital Humano.** Signos, Ediciones y Comunicaciones, C.A. Valencia.

Elkhouri, Sabah (2010). **La Incidencia de la Gestión del Conocimiento en la Eficacia del Capital Humano de las Empresas Inmobiliarias, Ubicadas en la Ciudad de Valencia.** Trabajo de Grado no publicado. Universidad de Carabobo, Bárbula.

Eustat (2004). **Investigación Científica y Desarrollo Tecnológico.** Disponible en: http://www.eustat.eus/documentos/opt_0/tema_179/elem_1698/definicion.html. Consulta: 2015, Mayo 16.

Evinsson, L. y Malone. (1997). **El Capital Intelectual: Cómo Identificar y Calcular el Valor Inexplorado de los Recursos Intangibles.** Grupo Editorial: Norma. Colombia.

Freeman, Christopher, (1974). **The economics of industrial innovation.** Pinter, Londres.

Freeman, Christopher (1975). **La Teoría de la Innovación Industrial.** Alianza Editorial. Madrid.

Fuguet, Amado (2012). **¿Comunicación Abierta o Cerrada en la Empresa?.** Disponible en: <https://comunicacionycambio.com/2012/03/24/comunicacion-abierta-o-cerrada-en-la-empresa/>. Consulta: 2017, febrero 25.

Hernández Roberto, Fernández Carlos y Baptista Pilar (2006). **Metodología de la Investigación.** Editorial Mc Graw Hill, México.

Herrera, Haroldo (s/f). **La Gestión del Conocimiento para el Cambio Organizacional.** Disponible en: <http://www.gestiopolis.com/gestion-del->

[conocimiento-para-el-cambio-organizacional/](#). Consulta: 2017, febrero 25.

Martínez, Lorena (2006). **Gestión del Cambio y la Innovación en la Empresa: Un Modelo para la Innovación Empresarial**. Ideaspropias Editorial, Vigo, España.

Mata, Yesenia (2013). **Influencia de la Cultura Organizacional en la Gestión del Conocimiento en la Universidad de Oriente, núcleo de Nueva Esparta**. Trabajo de Grado no publicado. Universidad de Oriente. Margarita.

Miranda, José (2011). **Propuesta de un Modelo Gerencial Basado en la Gestión del Conocimiento Orientada a las Empresas de Servicio Público de Comercialización de Gas de la Región Centro Occidente de Venezuela Según Distribución Geográfica de PDVSA Gas, S.A.** Disponible en: <http://www.repositorium.org/repositorium/viewrecord.php?id=287662>. Consulta: 2015, Noviembre 16.

Molina, Josi y Monserrat, Serra (2002). La Gestión del Conocimiento en las Organizaciones. LibrosenRed. España.

Moya, José (2009). **Un Modelo para la Medición del Capital Intelectual: el Proyecto Intellect**. Disponible en: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2009a/472/Un%20modelo%20para%20la%20medicion%20del%20capital%20intelectual.htm>. Consulta: 2015, Diciembre 15.

Nagles, Nofal (2007). **La Gestión del Conocimiento como Fuente de Información**. Revista Escuela de Administración de Negocios Nº 61. Universidad EAN, Colombia.

Quality and Technology (2014). **9 de las Empresas que Mejor han Gestionado el Conocimiento**. Disponible en: <http://www.calidadytecnologia.com/2014/05/Gestion-Conocimiento-Mejores-Empresas.html>. Consulta: 2015, Noviembre 18.

Ramírez, José (s/f). **Modelo de Medición del Capital Intelectual**. Disponible en: <http://www.slideshare.net/Aramir14/capital-intelectual-capital-humano>. Consulta: 2015, Diciembre 20.

Ramírez, Tulio (2006). **Cómo Hacer un Proyecto de Investigación**. Editorial Panapo de Venezuela. Caracas, Venezuela.

Reyes, Ricardo (2010). **Gerencia del Conocimiento Organizacional en las Instituciones Públicas del Sector Salud**. Trabajo de Grado no publicado. Universidad del Zulia, Maracaibo.

Rodríguez, Ernesto (2005). **Metodología de la Investigación**. Universidad Juárez Autónoma de Tabasco. México.

Rodriguez, José (2005). **La Nueva Fase de Desarrollo Económico y Social del Capitalismo Mundial**. Disponible en: <http://www.eumed.net/tesis/jjrv/8b.htm>. Consulta: 2017, Febrero 19.

Rueda, M. (2014). **Gestión del Conocimiento y la Ciencia de la Información: Relaciones Disciplinarias y Profesionales**. Tesis Doctoral no publicada. Universidad Carlos III de Madrid. España.

Sabino, Carlos (2002). **El Proceso de Investigación**. Editorial Panapo. Caracas.

Sánchez, Ileana (2015). **Propuesta de Modelo de Gestión del Conocimiento para Entornos Virtuales de Aprendizaje y su Aplicación en el Área de la Salud**. Tesis Doctoral no publicada. Universidad de la Habana. Cuba.

Soto, Beatriz (s/f). **Cultura Empresarial**. Disponible en: <http://www.gestion.org/recursos-humanos/4848/cultura-empresarial/>. Consulta: 2017, Febrero 16.

Tamayo y Tamayo, Mario (2006). El Proceso de la Investigación Científica.
Editorial Limusa. Caracas.

**Tejedor, B. (1998). Proyecto Logos: Investigación Relativa a la
Capacidad de Aprender de las Empresas Españolas. Boletín de
Estudio Económico Nº 164.**

Vidal, Joaquín (2004). **La Gestión del Conocimiento como Motor para la
Innovación**. Universidad Jaume I. España.