Transformación digital como propuesta de valor para la competitividad

COORDINADORES

JOSÉ SÁNCHEZ-GUTIÉRREZ
PAOLA IRENE MAYORGA-SALAMANCA

Photo by Ruan Richard Rodrigues en Unsplash

Transformación digital como propuesta de valor para la competitividad

Primer edición, 2022

D.R © 2022, Red Internacional de Investigadores en Competitividad

Editado por: Sánchez-Gutiérrez José y Mayorga-Salamanca Paola Irene

ISBN: 978-607-96203-0-11

ISBN: 978-607-96203-0-11

9 786079 620301 11

Photo by Lawless Capture en Unsplash

Introducción

Este libro integra diversas aportaciones de trabajos de investigación que se llevaron a cabo por el periodo 2021-2022.

En la primera parte se analizan los tópicos de responsabilidad social, sustentabilidad y equidad de género, iniciando con un trabajo sobre la innovación y desarrollo en bioenergías, y continuando con un trabajo sobre la ciudadanía sustentable, de ahí se realiza una investigación acerca de las mejores prácticas de las empresas agroalimentarias como estrategia para mitigar la crisis alimentaria, así como para mantener su ventaja competitiva.

A continuación, se analizan las ventajas de una mayor participación de la mujer en las empresas mexicanas; después se analiza el manejo responsable de agua y desempeño de empresas que cotizan en la bolsa mexicana de valores; continuando con el estudio del cambio tecnológico y su incidencia en las estrategias de sustentabilidad en la Industria de los Detergentes en México; para seguir con el análisis de la cohesión de empresas mexicanas con la Agenda 2030, para seguir con la adaptación empresarial sostenible en la era COVID-19; y después la innovación y las tecnologías disruptivas en la cadena de suministro para dar sostenibilidad en las empresas.

Como siguiente tópico, se ven los impactos de la gestión del capital intelectual en el aprendizaje organizacional del sector turístico, unos trabajos sobre la economía naranja en Latinoamérica, tendencias de investigación en la RSC y la evolución del término, las implicaciones del tratado entre México, Estados Unidos y Canadá, T-MEC para la sostenibilidad y agricultura orgánica en Michoacán, concluyendo con la publicidad emocional y femvertising en el sector joyero de Jalisco

En segundo tópico que se analiza es el de Educación, Gestión del conocimiento y creación de valor, iniciando con un mapeo de redes científicas sobre Estudios Organizacionales, seguido de los estudios de emprendimiento de estudiantes del campo de negocios, las habilidades digitales de docentes en el nivel medio superior, el estudio a empleadores y su impacto en las IES, así como los resultados de aprendizaje, taxonomías y valoraciones diagnósticas en programas de pregrado en la Universidad de la Guajira – Colombia.

Siguiendo con las investigaciones sobre la influencia generacional en el desarrollo de conductas de ciudadanía organizacional, el perfil docente durante la pandemia en la educación media superior, los factores organizacionales que mejoran la retención del talento femenino de estudiantes universitarias en empresas de Nuevo León, continuando con el trabajo sobre la prospectiva tecnológica en las IES bajo la capacidad dinámica de Sensar, además los desafíos de la transformación digital en la educación superior y en impacto en la competitividad en Colombia.

Se continúa con el impacto de la gestión del conocimiento en organización ferroviaria en Coahuila, siguiendo la transformación digital por medio de la incidencia de las clases en línea y presenciales en entornos educativos, los factores psicosociales que influyen en el estrés laboral del personal docente de la UANL, así como la relación de la gestión del conocimiento con la competitividad de las pymes de la industria Mueblera en el AMG, el contenido y el alcance de las competencias específicas del modelo educativo del TecNM, además de las reflexiones y perspectivas de las tutorías para las IES, finalizando este tópico con la planeación estratégica para la transformación digital universitaria.

En tercer término, se estudian las estrategias financieras, el emprendimiento y la cadena de

suministro, iniciando con el estudio de las repercusiones de la crisis económica causada por el COV|ID-19 en las SOCAPS de México, después la cadena de suministro y su impacto en la productividad de minoristas mexicanos, la adopción de tecnologías disruptivas para la transformación digital de las empresas mexicanas de la industria automotriz, de ahí se analiza el manejo de agua y el desempeño de empresas que cotizan en la BMV bajo la teoría de las acciones desechadas.

Posteriormente, se integra la investigación de precios de Bitcoin antes y después de la pandemia COVID-19, enseguida se presenta la comparación de planes de pensiones Tonuity y de contribución definida colectiva, el estudio del capital y la inversión como factores de endeudamiento, la influencia de los programas educativos en la actitud emprendedora de los alumnos, en Pachuca Hidalgo, México, los medios digitales para mejorar la competitividad en las PYMES, así como la cadena de valor para ser competitivo en pymes de Aguascalientes.

A continuación se analiza el E-marketing para ser más competitivas las pymes, los factores que influenciaron el crecimiento del comercio electrónico durante la pandemia, el emprendimiento de estudiantes universitarios en la Universidad de Guadalajara-CUCEA, además del emprendimiento social y la contabilidad de costos reales bases para un nuevo sistema alimentario, impacto de la inteligencia emocional de los líderes en las organizaciones, finalmente la innovación y eficiencia operativa como determinantes de la rentabilidad de los bancos en México de 2011-2020.

El cuarto tema que se integra es el de la innovación, tecnología, inteligencia artificial y datos, comenzando con el estudio del diseño e innovación de productos sustentables, luego las brechas digitales en la educación, la Innovación en las Biofábricas del sector agrícola en México, continuando con el estudio sobre la situación financiera post-COVID de las empresas en México, la influencia del tecnoestrés en la cultura organizacional de pymes de la industria del software CdMx, la transformación digital en la permanencia y el crecimiento de las empresas, la investigación sobre la era del metaverso para la transformación digital de los negocios.

Dando continuidad en estos tópicos, se presenta el estudio de las redes sociales para medir la competitividad de las empresas de guitarras de Paracho, los datos abiertos de la producción científica pos-COVID-19, el impacto costo-beneficio de la nueva reforma eléctrica basado en redes inteligentes, y la transformación digital en las industrias culturales y creativas

Como siguiente temática que se aborda es la ventaja competitiva y desarrollo económico, empezando con la innovación y la competitividad en la industria restaurantera, siguiendo con la mejora de la productividad de la industria del sombrero en la región de Tehuacán aplicando DMAIC- Six Sigma, las capacidades dinámicas de las empresas en tiempos de crisis y su relación con el desempeño organizacional, y una prueba empírica del modelo de competitividad sistémica de las entidades federativas mexicanas 2001-2018.

Las investigaciones que se presentan son acerca de la Merceología en la mejora del comercio exterior de las empresas importadoras, seguido el de la relación del mix de marketing y la intención de compra de productos textiles en Zapotlanejo, las externalidades y competitividad de la zarzamora michoacana, el estudio de satisfacción de los usuarios del servicio de agua y drenaje municipal, el marketing emocional en los servicios no buscados, la integración de los sistemas de gestión para la transformación digital, y los factores del salario emocional que inciden en la retención personal de la generación X y Y del área metropolitana de Monterrey.

A continuación, se analizan las políticas de promoción económica y competitividad a nivel estatal en México, la localización de las pymes como factor de competitividad, la ventaja competitiva y desempeño empresarial a partir de las habilidades gerenciales de las MIPYMES en Caquetá, Colombia, seguido del marketing digital en mipymes del sector textil de Usaquén (Bogotá–Colombia), además del nivel de cumplimiento del clúster de turismo de salud en Tijuana con los indicadores ECEI- II.

Dando seguimiento en esta temática, se presenta el estudio del padrinazgo comercial como fenómeno socioeconómico en la tienda de barrio en el caribe colombiano bajo la práctica de la grand theory, para luego integrar el trabajo de la seguridad alimentaria impulsora de la competitividad nacional, la influencia de marca en la decisión de compra de cerveza artesanal en el segmento millennial del AMG, el trabajo relativo a los alimentos funcionales como alternativa a las tendencias de consumo de alimentos rápidos y concluyendo estos temas con el conocimiento, experiencia, aprendizaje y estrategias empresariales.

Como último tema es el de la competitividad global, iniciando con el análisis psicosociológico del fenómeno del "Big quit" como respuesta a la sociedad neoliberalista, continuando con la competitividad Internacional de la Cerveza de Cebada, el efecto de la cultura organizacional en firmas del sector comercio del AMG, la optimización y su impacto en los sistemas de producción, el análisis Estadístico de COVID19 en México y el Mundo, y las cuotas compensatorias y competitividad industrial en la importación de tubos de acero sin costura en México.

De ahí se construye la caracterización de los sistemas productivos de bovinos carnes del municipio de Moroleón, Guanajuato México, la eficiencia energética y su impacto en la competitividad, investigación sobre la India y sus actividades en desarrollo tecnológico como parte del crecimiento económico del país y su comparación con México, además de los factores competitivos de la carne de ganado vacuno mexicano de 2000-2020.

Como trabajos finales, se presenta el método más efectivo de pequeñas empresas competitivas, continuando con el análisis de la competitividad del sector hotelero en Michoacán a través de la Cadena de Suministro, estudio de la panarquía y capacidad adaptativa en el sistema turístico en las empresas turísticas en Tapalpa, Jalisco, las tendencias y percepciones sobre el turismo virtual, y el proceso de reclutamiento en las empresas medianas del municipio de Tecomán, Colima.

Esta obra es producto de los miembros de la Red Internacional de Investigadores en Competitividad (RIICO) con contribuciones que se generaron por los investigadores. Los resultados y comentarios vertidos en las conclusiones de los trabajos no manifiestan el punto de vista de la Universidad de Guadalajara, ni de RIICO. Por otra parte, el libro fue dictaminado mediante proceso doble ciego por investigadores especialistas reconocidos a nivel nacional (miembros del Sistema Nacional de Investigadores) e internacional por investigadores con producción científica de alto impacto.

Dr. José Sánchez Gutiérrez
Presidente RIICO

Dra. Paola Irene Mayorga Salamanca
Secretaria Técnica

ÍNDICE

RESPONSABILIDAD SOCIAL, SUSTENTABILIDAD Y EQUIDAD DE GÉNERO

Sistema político, social y económico en las redes interinstitucionales públicas de I+D+i, especializadas en bioenergías 1
Fernando Rodríguez-Cano y Alberto de Jesús Pastrana-Palma

Sustentabilidad medioambiental y ciudadanía 20
Karla Haydee Ortiz-Palafox, María Teresa Carrillo-Gómez y Víctor Artemio Valle-Sánchez

Mejores prácticas: la adaptación del sector agroalimentario ante la crisis alimentaria 34
María Angélica Cruz-Reyes, Vianey Chávez-Ayecac y Mary Xóchitl De Luna-Bonilla

Rentabilidad y ventajas de una mayor participación de la mujer en las principales empresas mexicanas 54
Leticia Bollain-Parra, Dora Aguilasocho-Montoya y Oscar Valdemar De la Torre-Torres

Manejo responsable de agua y desempeño de empresas que cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores 72
Oscar V. De la Torre-Torres, Evaristo Galeana-Figueroa y Dora Aguilasocho-Montoya

El cambio tecnológico y su incidencia en la incorporación de estrategias de sustentabilidad en la Industria de los Detergentes en México 89
Jessica Aimeé Gómez-Quiroz, Ingrid Yadibel Cuevas-Zuñiga y María del Rocío Soto-Flores

Análisis de la Cohesión de Empresas Mexicanas con la Agenda 2030 107
Luz Yolanda Rivera-Álvarez, Martín Aubert Hernández-Calzada y Jessica Mendoza-Moheno

La adaptación empresarial sostenible en la era COVID-19 113
María Eugenia De la Rosa-Leal

Innovación dentro de la cadena de suministro en los sistemas de producción del café para la sostenibilidad empresarial 130
Hary Lisseth Rueda-Martinez, Melissa Buelvas-Mora y Luis Rocha-Lona

Photo by Jean-Philippe Delberghe en Unsplash

Gestión del capital intelectual en el aprendizaje organizacional del sector turístico 149
Yuselim Angélica Villa-Hernández, Virginia Hernández-Silva y Salvador Madrigal-Moreno

Uso de las tecnologías disruptivas en las cadenas de suministro para el soporte a la sostenibilidad empresarial 163
Hary Lisseth Rueda-Martinez, Melissa Buelvas-Mora y Luis Rocha-Lona

Una agenda de investigación: La Economía Naranja en Latinoamérica 182
Leislie Rocío Manjarrez-Olmos, Martín Aubert Hernández-Calzada y Carla Carolina Pérez-Hernández

Corporate Social Responsibility (CSR): Exploring the Research Trends Through a Bibliometric Approach 203
Claudia Leticia Preciado-Ortiz

Implicaciones del tratado entre México, Estados Unidos y Canadá, T-MEC para la sostenibilidad y agricultura orgánica en Michoacán 220
Priscila Ortega-Gómez, Zoe T. Infante-Jiménez y Carlos Francisco Ortiz-Paniagua

La Responsabilidad Social: evolución del término y sus aportes en el tiempo a través de un análisis bibliométrico 233
Paola Irene Mayorga-Salamanca

Publicidad emocional, femvertising e innovación en el diseño como influenciadores de la intención de compra en el sector joyero de Jalisco 247
Mariana Granado Gil e Irma Janett Sepúlveda-Río

Photo byJean-Philippe Delberghe en Unsplash

EDUCACIÓN, GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO Y CREACIÓN DE VALOR

Análisis bibliométrico y mapeo de redes científicas sobre Estudios Organizacionales 264
Tania Marcela Hernández-Rodríguez, César Omar Mora-Pérez y José Alberto Castellanos-Gutiérrez

Intention of entrepreneurship of undergraduate students of business sciences 286
Francisco Isaí Morales-Sáenz, José Melchor Medina-Quintero y Leonardo Reyes-Ayala

Habilidades digitales de docentes en el nivel medio superior 304
Rosa Amalia Gómez-Ortíz, Sergio Solís-García y Astrid Velázquez-Reyes

Estudio a empleadores y su impacto en las instituciones de educación superior El caso de la FCCA de la UMSNH 324
Ma. Hilda Rodales-Trujillo y Mario Chávez-Zamora

Resultados de aprendizaje, taxonomías y valoraciones diagnósticas en programas de pregrado: caso universidad de la Guajira - Colombia 339
Yolmis Nicolás Rojano-Alvarado, Aslin Gonzalo Botello-Plata y Carlos Alfaro-Camargo

La Influencia Generacional en el desarrollo de conductas de ciudadanía organizacional 359
María Mayela Terán-Cázares, Mónica Blanco-Jiménez y Ivon Abigail González-Garza

Perfil docente durante la pandemia, desde la perspectiva de la educación media superior, un estudio de casos en la UAQ 378
María del Carmen Molinero-Bárcenas, Ubaldo Chávez-Morales y Rosa María Romero-González

Factores organizacionales que mejoran la retención del talento femenino de estudiantes universitarias en empresas de Nuevo León 396
Enrique Hernández-Hernández, María Mayela Terán-Cazarez y Mónica Blanco-Jiménez

Prospectiva tecnológica en las IES: Un enfoque desde la capacidad dinámica de sensar 413
Carla Patricia Bermúdez-Peña, Francisco Flores-Agüero y Martín Vivanco-Vargas

Photo byJean-Philippe Delberghe en Unsplash

Propuestas de solución a los desafíos de la transformación digital en la educación superior 433
Mariana Calderón-Palencia, Ismael Loza-Vega y Sergio Castellanos-Gutiérrez

La educación superior y su efecto en la competitividad; contexto Colombia 450
Rafael Meléndez-Surmay, Yolmis Nicolás Rojano-Alvarado y Gonzalo Botello Plata-Aslin

Gestión de conocimiento a través del balanced scorecard en organización ferroviaria en Coahuila, México. 465
Blanca Estela Montano-Pérez, Luis Horacio Salas-Torres y César Rolando Barboza-Lara

Transformación digital: incidencia de las clases en línea y presenciales en entornos educativos 478
Werner Horacio Varela-Castro, Ma. Del Rosario Estrada-Retes y Laura Angélica Guzmán-Cedillo

Factores Psicosociales que influyen en el estrés laboral del personal docente de la UANL 499
César Eduardo Perales-Martínez, María Mayela Terán-Cázarez y Mónica Blanco-Jiménez

La gestión del conocimiento y su relación con la competitividad de las pymes: caso industria mueblera del AMG 515
Elsa Georgina González-Uribe, José Sánchez-Gutiérrez y Paola Irene Mayorga-Salamanca

Los niveles de asimilación del contenido y su relación con el alcance de las competencias específicas del modelo educativo del TecNM 536
Dalia Guadalupe Aguilar-Maya, Flor María Valtierra-Nuci y Juan Carlos Jerónimo-Niniz

La tutoría universitaria: Reflexiones y perspectivas para las IES en el siglo XXI. Caso CUCEA-UDG 556
Antonio de Jesús Vizcaíno, Juan Gaytán-Cortés y Juan Antonio Vargas-Barraza

Dimensiones de Planeación estratégica para la transformación digital universitaria. Un caso de estudio 573
Tamara Iskra Alcántara-Concepción

Photo by Jean-Philippe Delberghe en Unsplash

ESTRATEGIAS FINANCIERAS, EMPRENDIMIENTO, CADENA DE SUMINISTRO Y ERA DIGITAL

Repercusiones de la crisis económica causada por el COVID-19 en las SOCAPS de México 585
Humberto Banda-Ortiz, Luis Miguel Cruz-Lázaro y Denise Gómez-Hernández

Crisis de la cadena de suministro y su impacto en la productividad de minoristas mexicanos 603
Ignacio Santillán-Luna Jesús Ceja-Pizano y Diana Aguirre-Contreras

Estrategias de adopción de tecnologías disruptivas para la transformación digital de las empresas mexicanas de la industria automotriz 624
Diana Aguirre-Contreras, J. Jesús Ceja-Pizano y Daniel Pineda-Domínguez

Responsabilidad social, manejo de agua y el desempeño de empresas que cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores: evidencia de la teoría de las acciones desechadas 642
Oscar De la Torre-Torres Evaristo Galeana-Figueroa y Dora Aguilasocho-Montoya

Performance of Bitcoin Market Prices Before and During the COVID-19 Pandemic 659
Michael Demmler, Gibran Aguilar-Rangel y Ignacio Almaraz-Rodríguez

Comparación de planes de pensiones tonuity y de contribución definida colectiva 672
Denise Gómez Hernández y Humberto Banda-Ortiz

El capital y la inversión como factores de endeudamiento: un modelo de datos de panel 689
Juan Gaytán-Cortés, Antonio de Jesús Vizcaíno y Juan Antonio Vargas-Barraza

Influencia de los programas educativos en la intención emprendedora de los alumnos, un comparativo entre dos Licenciaturas en una Institución de Educación Superior en Pachuca Hidalgo, México
María Dolores Martínez-García, Karina Valencia-Sandoval y Yessica García-Hernández 710

Transformación digital. El poder de los medios digitales como herramienta estratégica para mejorar la competitividad en las PYMES 729
Beatriz Edith Vázquez-Becerra y Javier Orozco-Alvarado

Photo by Jean-Philippe Delberghe en Unsplash

Cadena de Valor: Estrategia de Competitividad en la Pyme Manufacturera de Aguascalientes 744
Octavio Hernández-Castorena, Alba Rocío Carvajal-Sandoval y Braulio Adriano-Rodríguez

E-marketing y emprendimiento digital estrategias competitivas de las pymes 760
Irene Juana Guillén-Mondragón, Araceli Rendón-Trejo y Andrés Morales-Alquicira

Digitalización del comercio: factores que influenciaron el crecimiento del comercio electrónico durante la pandemia 781
Adrián Guerrero Medina-Ogaz, Gerardo Yáñez-Betancouy Werner Horacio Varela-Castro

Influencia del conocimiento en la intención emprendedora de estudiantes universitarios: Caso Universidad de Guadalajara-CUCEA 801
Alejandro Campos-Sánchez y Lázara Yamila Castillo-García

El emprendimiento social y la contabilidad de costos reales bases para un nuevo sistema alimentario 820
Irma Cecilia Ortega-Moreno, Emma Frida Galicia-Haro y Ana Lilia Coria-Páez

La inteligencia emocional de los líderes influye en el ámbito organizacional y personal para mantener empresas rentables 838
María Olivia Castro-Solano, Ma. de los Angeles Briceño-Santacruz y Werner Horacio Varela-Castro

Innovación y eficiencia operativa como determinantes de la rentabilidad de los bancos en México, 2011-2020 859
Heber Bernardo Magallón-González, Evaristo Galeana-Figueroa y Oscar Valdemar de la Torre-Torres

INNOVACIÓN,TECNOLOGÍA Y DATOS

Diseño e innovación de productos sustentables 877
Lucio Guzmán Mares, Ma. Soledad Castellanos-Villarruel y José Oswaldo Macías-Guzmán

Las brechas digitales en la educación: un análisis territorial para México 899
Beatriz Martínez-Carreño y María Isabel Garrid-Lastra

Innovación en las Biofábricas del Sector Agrícola, en México 914
Zoé T. Infante-Jiménez, Andrés Eduardo Coutiño-Puchuli y Priscila Ortega-Gómez

Photo byJean-Philippe Delberghe en Unsplash

Estudio sobre la situación financiera post-COVID de las empresas en México 934
Ignacio Almaraz-Rodríguez, Denise Gómez-Hernández y Michael Demmler

Influencia del tecnoestrés en la cultura organizacional de pymes de la industria del software CDMX 956
Giselle Araceli López-Galicia y Rosa Amalia Gómez-Ortiz

Transformación digital en la permanencia y el crecimiento de las empresas 978
Araceli Rendón-Trejo, Andrés Morales-Alquicira y Irene Juana Guillén-Mondragón

La era del metaverso para la transformación digital de los negocios 999
Alejandra Rosales-Soto

Uso de las redes sociales para medir la competitividad de las empresas de guitarras de Paracho y su posible desarrollo como clúster 1012
Juan Carlos Jerónimo-Niniz, Dalia Guadalupe Aguilar-Maya y Flor María Valtierra-Nuci

Los datos abiertos pos-COVID-19: perspectiva a partir de la producción científica 1024
Carlos Estrada-Zamora

Impacto de la nueva reforma electrica: analisis de costo-beneficio en un sistema basado en redes inteligentes 1037
Osvaldo Rodríguez-Villalón y María Mercedes León-Sánchez

La transformación digital en las industrias culturales y creativas 1057
Cinthya Karina Camacho-Sotelo

VENTAJA COMPETITIVA Y DESARROLLO ECONÓMICO

Decisiones estratégicas de innovación vinculadas a la competitividad en la industria restaurantera 1071
María Teresa Arana-Soberanes, Rosa Amalia Gómez-Ortiz y Luis Rocha-Lona

Photo byJean-Philippe Delberghe en Unsplash

Mejora de la productividad de la industria del sombrero en la región de Tehuacán aplicando DMAIC- Six Sigma 1085
Senén Juárez-León, Ramón García-González y Ramón García-González

Análisis de percepción sobre la lúdica: caso Red Iddeal 1106
Dennyse María Patricia Hermosa-Guzmán, Claritza Marles-Betancourt y Parcival Peña-Torres

Una prueba empírica del nivel meso del modelo de competitividad sistémica con información de las entidades federativas mexicanas, 2001-2018 1123
Rigoberto Soria-Romo

La Administración Estratégica de la Merceología para mejorar el comercio exterior de las empresas importadoras 1145
Jorge David Muñoz-Morales, J. Jesús Ceja-Pizanoy Daniel Pineda-Domínguez

Relación del mix de marketing y comportamiento de las consumidoras con la intención de compra de productos textiles en Zapotlanejo 1163
Alma Guadalupe Moreno-Jiménez, Tania Marcela Hernández-Rodríguez y Jorge Quiroz-Rodríguez

Externalidades y competitividad de la zarzamora michoacana 1180
Carlos Francisco Ortiz-Paniagua, Joel Bonales-Valencia Carlos Timoteo Cervantes-Gónzalez

Medición de las Capacidades Dinámicas de Orden Superior de las empresas en tiempos de crisis y su relación con el Desempeño Organizacional 1198
Sara Guerrero-Campos y Jorge Pelayo-Maciel

Identificar el grado de satisfacción de los usuarios del servicio de agua y drenaje municipal 1215
Laura Leticia Gaona-Tamez, Rosa Hilda Hernández-Sandoval y Gabriel Aguilera-Mancilla

El impacto que genera el marketing emocional en los servicios no buscados 1232
Jorge Pelayo-Maciel, Francisco Javier Sandoval-Márquez y Manuel Alfredo Ortiz-Barrera

La integración de los sistemas de gestión en las organizaciones, un requerimiento básico para la transformación digital 1246
Glenda Lila Suárez-Rodríguez, Zochitl Araiza-Garzay Martha Carolina Sierra-Herrera

Photo byJean-Philippe Delberghe en Unsplash

Factores del salario emocional que inciden en la retención personal de la generación X y Y del área metropolitana de Monterrey 1266
Ruth Isela Martínez-Valdez, Adriana Segovia-Romo y Abel Partida-Puente

Políticas de promoción económica y competitividad a nivel estatal en México 1284
Pablo Pineda-Ortega

Localización de las pymes como factor de competitividad: un enfoque desde las capacidades de absorción e innovación 1298
Arcadio González-Samaniego, Marco AlbertoValenzo-Jiménez y Salvador Antelmo Casanova-Valencia

Ventaja competitiva y desempeño empresarial a partir de las habilidades gerenciales de las MIPYMES del departamento del Caquetá, Colombia
Fernando Penagos-Guzmán, Octavio Hernández-Castorena y Mónica García-Solarte 1317

Caracterización del uso de Marketing Digital en Mipymes del sector textil de Usaquén (Bogotá–Colombia) 1335
Yeimy Viviana Marín-Cháves, Paula Andrea Mejía-Henao y Juan Carlos Olaya-Molano

Identificación del nivel de cumplimiento del clúster de turismo de salud en Tijuana con los indicadores ECEI- II
Martha Alicia Rodríguez-Medellín, Mario Alberto Castillo-Greiner y Juliana Cervantes-Castro 1350

Padrinazgo comercial como fenómeno socioeconómico en la tienda de barrio en el caribe colombiano: práctica de la grand theory
Margarita María Contreras-Cuentas, Yolmis Nicolás Rojano-Alvarado y Dagoberto Páramo-Morales 1367

Seguridad Alimentaria Impulsor de la Competitividad Nacional 1385
Emma Frida Galicia-Haro, Ana Lilia Coria-Páez y Irma Cecilia Ortega-Moreno

La influencia de marca en la decisión de compra de cerveza artesanal en el segmento *millennial* del AMG 1404
Graciela Otsmara González de Santiago y Juan Antonio Vargas-Barraza

Los alimentos funcionales como alternativa a las tendencias de consumo de alimentos rápidos 1424
Ana Lilia Coria-Páez, Emma Frida Galicia-Haro y Irma Cecilia Ortega-Moreno

Photo byJean-Philippe Delberghe en Unsplash

Conocimiento, Experiencia, Aprendizaje y Estrategias Empresariales 1445
María Mercedes León-Sánchez y Osvaldo Rodríguez-Villalón

COMPETITIVIDAD GLOBAL

Análisis psicosociológico del fenómeno del "Big quit" como respuesta a la sociedad neoliberalista 1460
Riccardo-Sironi

Competitividad Internacional de la Cerveza de Cebada 1478
Joel Bonales-Valencia y Carlos Francisco Ortiz-Paniagua

Efecto de la cultura organizacional en un cambio organizacional en firmas del sector comercio del AMG 1493
Luis Alberto Bellon-Álvarez, Araceli Durán-Hernández y Francisco Javier López-Cerpa

Técnicas de optimización y su impacto en los sistemas de producción 1513
Salomón Montejano-García, Gabriela Citlalli López-Torres y Silvia Mata-Zamores

Análisis Estadístico de COVID19 en México y el Mundo 1527
Ignacio Almaraz-Rodríguez, Rocío Edith López-Martínez y Lesly Sofia Vega-Huerta

Cuotas compensatorias y competitividad industrial. La importación de tubos de acero sin costura en México 1544
Andrés Morales-Alquicira, Araceli Rendón-Trejo y Irene Juana Guillén-Mondragón

Caracterización de los sistemas productivos de bovinos carnes del municipio de Moroleón, Guanajuato, México 1565
Miguel Ángel Bautista-Hernández, Yeimi Brittgi Avalos-López y José Herrera-Camacho

Eficiencia Energética y su Impacto en la Competitividad 1586
Yuly Paola Lamprea-Forero y Jaime Hernando Peña-Rodríguez

India sus actividades en desarrollo tecnológico como parte del crecimiento económico del país y su comparación con México 1600
Hugo Martín Moreno-Zacarías, Oscar Mares-Bañuelos y Nélida Aguilar Villa

Photo by Jean-Philippe Delberghe en Unsplash

Factores Competitivos de la Carne de Ganado Vacuno Mexicano, 2000-2020 1619
Joel Bonales-Valencia y Miguel Ángel Bautista-Hernández

Análisis de la Competitividad del Sector hotelero en Michoacán a través de las Tecnologías de la Información de la Cadena de Suministro 1649
Marco Alberto Valenzo-Jiménez, Víctor Béjar-Tinoco y Jaime Apolinar Martínez Arroyo

Panarquía y capacidad adaptativa en el sistema turístico: Resiliencia de las empresas turísticas en Tapalpa, Jalisco 1671
Pilar Morales-Valdez, Tania Elena González-Alvarado y Pablo Cabanelas-Lorenzo

Tendencias y percepciones sobre el turismo virtual 1685
Víctor Fernández-Calvo y Renata-Kubus

Proceso de reclutamiento en las empresas medianas del municipio de Tecomán, Colima 1702
Alfredo Salvador Cárdenas-Villalpando, Enrique Macías-Calleros y Arenagua Uriostegui-Fernández

COLOQUIO

Intellectual capital as a driver of competitiveness in national graduate programs: the case of the university of Guadalajara 1717
Monica Cervantes-Hernandez, Manuel Alfredo Ortiz Barrera y Jorge Pelayo Maciel

Modelo de Merceología para la Clasificación Arancelaria de las Mercancías 1725
Jorge David Muñoz-Morales

Fondeo Colectivo para el desarrollo empresarial en las empresas de la Economía Naranja en la Ciudad de México 1742
Michel Fernández-Velázquez J. Jesús Ceja-Pizano y Daniel Pineda-Domínguez

Análisis del mercado de los coches eléctricos: a través de la legislación, entorno social y ambiental 1761
Dafne Yesica Buhl-Gutierrez y Luis-Rocha

Photo byJean-Philippe Delberghe en Unsplash

Relación entre el manejo de los residuos sólidos urbanos y el desarrollo sostenible: antes y después de la pandemia de la COVID 19 1782
Jahan Pedro Hernández-Salazar y Oscar Alejandro Espinoza-Mercado

El marketing sustentable como factor de competitividad en la promoción de la costa maya de Quintana Roo 1793
Lucinda Gabriela Regalado-Silva y Martha Filomena Muñoz-Fajardo

Competitiveness based on knowledge management model for higher education institutions (HEIs): University of Guadalajara 1831
Manuel Alfredo Ortiz-Barrera y José Sánchez-Gutiérrez

Estrategias de Comunicación Integral de Mercadotecnia para el Museo Nacional de las Culturas del Mundo de la CDMX 1823
Mario Bernardo García-Alfaro, Liliana Abascal Gaytán y María Magdalena Maldonado-Avalos

Aplicaciones tecnológicas que utilizan los restaurantes para comercializar sus productos 1841
Liliana Abascal-Gaytán, Manuela Badillo-Gaona y María Magdalena Maldonado-Avalos

Emprendimiento femenino en México a partir de marzo 2020: Motivaciones para vender en Instagram por "las nenis" 1879
Alma Itzel Jaramillo-Aguilar

El impacto de los perfiles de los programadores en la productividad y competitividad de una consultora en informática 1879
María Fernanda Trejo-Carrillo y Rosa Amalia Gómez-Ortiz

Propuesta de financiamiento del *factoraje* financiero en la industria Mueblera en Tomatlán Jalisco (Caso de estudio) 1893
Elisa Esmeralda Cuevas-Canales y Luz Amparo Delgado-Diaz

Revisión diacrónica de la sostenibilidad empresarial 1909
Manuel Ernesto Becerra-Bizarrón y Ada Alejandra Gómez-Guzmán

Photo byJean-Philippe Delberghe en Unsplash

La gestión del conocimiento y su relación con la competitividad de las pymes: caso industria mueblera del AMG

Elsa Georgina González Uribe[1]
*José Sánchez Gutiérrez**
*Paola Irene Mayorga Salamanca***

Resumen

El sector mueblero dentro del Área Metropolitana de Guadalajara, representa una importante actividad con relevante aportación a la economía tanto local, como nacional; estando conformado en su mayoría por Pymes. El presente estudio tiene por objetivo conocer la relación entre la gestión del conocimiento y la competitividad, analizando factores claves dentro de éstas, como son la formación del personal, los factores internos y externos, la motivación, el desempeño financiero, la tecnología y los costos de producción, para lo cual se diseñó y aplicó un cuestionario a una muestra seleccionada de dichas empresas, siendo los resultados analizados por medio de SPSS, habiendo encontrado una estrecha influencia en esos factores como contribuyentes principales al incremento en la competitividad.

Palabras clave: Gestión del conocimiento, competitividad y Pymes.

Abstract:

The furniture sector in Guadalajara Metropolitan Area represents an important activity with a significant contribution to the local and national economy; being made up mostly of SMEs. The objective of this study is to know the relationship between knowledge management and competitiveness, analyzing key factors within them, such as staff training, internal and external factors, motivation, financial performance, technology and costs. of production, for which a questionnaire was designed and applied to a selected sample of these companies, the results being analyzed through SPSS, having found a close influence on these factors as main contributors to the increase in competitiveness.

Keywords: Knowledge management, competitiveness and SMEs.

[1] **Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas Universidad de Guadalajara

Introducción

Las organizaciones de todo el mundo, sea cual sea su mercado, se encuentran en un momento clave donde requieren contar con un modelo de Gestión del Conocimiento. La sociedad del conocimiento y la información son conceptos que se hacen cada vez más importantes dentro de las compañías y las teorías gerenciales van determinando una tendencia hacia la Gestión del Conocimiento, convirtiéndola en un modelo esencial en la organización, ya que permanentemente, a través de éste, se aumenta su valor económico, educativo, cultural y social; a su vez, el modelo de Gestión del Conocimiento proporciona calidad, oportunidad, mejoramiento en los procesos y perdurabilidad en el mercado a través del tiempo.

Las Pymes, son organizaciones dedicadas a las actividades industriales y de servicios que combinan capital, trabajo y medios productivos para obtener un bien o servicio que se destina a satisfacer diversas necesidades en un sector determinado, y en un mercado de consumidores. La supervivencia en el mercado de las empresas indica que, para las pymes, el ambiente se limita para que estas puedan subsistir debido a los grandes industriales.

En el entorno internacional, las pymes se han visto afectadas en los países en vías de desarrollo debido a su estructura sencilla y sus finanzas limitadas, así como por las barreras legales que ponen las empresas grandes. Las pymes juegan un papel muy importante en la economía, ya que también contribuyen a la sociedad, al ser consideradas como una herramienta en el combate a la pobreza que vive en México. En la actualidad las Pymes son de gran importancia en países industrializados, así como en países en vía de desarrollo ya que estas empresas son las creadoras de empleos, y las mismas representan un 90% de la economía, siendo un motor de un crecimiento y desarrollo sostenible.

Para lograr un desarrollo idóneo y adecuado, las Pymes deben adoptar los desarrollos tecnológicos y los factores que les permitan ser más competitivas, para lo cual es necesario invertir más en investigación y desarrollo, para lograr esto será necesario que sean apoyadas por algunos organismos gubernamentales, así como por la generación de políticas públicas que beneficien a los emprendedores para la creación e impulso de nuevas empresas.

Actualmente las empresas luchan por sobrevivir en un mundo globalizado, en el cual las exigencias del mercado son cada vez mayores. Las empresas comercializadoras no son la excepción y se han tenido que adaptar a estos cambios tan drásticos. La industria mueblera ha tenido que sufrir las nuevas tendencias y los altos costos, además de las inapropiadas estrategias de marketing, la ineficiencia en sistemas de proveedores e inadecuados canales de distribución, que representan algunos de los problemas que enfrentan las empresas muebleras de Jalisco.

El presente estudia se enfoca en el análisis de la relación entre la gestión del conocimiento y su influencia en la competitividad dentro del sector mueblero en las pequeñas y medianas empresas ubicadas en el Área Metropolitana de Guadalajara, para lo cual se realiza una revisión teórica de ambas variables, definiendo con éste, un instrumento que se aplicó al sector mencionado.

Micro, pequeña y mediana empresa

La definición de pyme varía según el país. En México, por ejemplo, las empresas se clasifican de acuerdo a sus ventas anuales y a su rubro (una pyme industrial puede tener un volumen de facturación que, en otro sector económico, la ubicaría entre las de mayor volumen). En cambio, en la Unión Europea existen tres criterios fundamentales que determinan el tipo de empresa, como son la plantilla que la forma, el volumen de negocios de la misma y su balance. Se calificará como pyme en el caso en que la empresa no supere los umbrales que se determinen en esos tres conceptos, (Chamorro, 2019).

Según Jaimes y Velázquez, (2021), la importancia de las Pymes en la economía se basa en primer término, en la preocupación del gobierno de asegurar el mercado de trabajo mediante la descentralización de la mano de obra, a la vez que favorecen y reducen las relaciones sociales en términos más personales y más estrechos entre el empleador y el empleado, favoreciendo las conexiones laborales ya que, en general, sus orígenes son unidades familiares y por último presentan mayor adaptabilidad tecnológica y menor costo de infraestructura.

A lo largo de la historia, en la evolución de las Pymes desde los años 90, se puede ver como las Pymes han pasado por un proceso de reconversión donde actualmente tienen tanto debilidades como fortalezas competitivas, (Pabón, 2019)

Pymes en la industria mueblera de México

El programa Al-Invest busca elevar la competitividad de las Pymes mexicanas comenzó a operar en 2009 con una vigencia de 4 años, ha venido adoptando tecnologías y *know how* en sus procesos a través del contacto con la experiencia europea, facilitando encadenamientos nacionales y regionales

que contribuyan a mejorar la consolidación y la internacionalización de sus productos o servicios en Europa. (Ruiz, 2012).

El sector mueblero mexicano representa el 1.3% del PIB nacional y genera aproximadamente 129,000 empleos directos, según cifras de la Cámara Nacional de la Industria de la Transformación (2019) y los estados con mayor producción son Ciudad de México, Estado de México, Jalisco, Nuevo León, Chihuahua, Baja California, San Luis Potosí, Coahuila, Durango y Puebla. (AMPIMM, 2019)

Pymes e industria manufacturera mueblera en México

La industria mueblera en México muestra un gran deterioro en las ultimadas décadas, que se agudiza por la falta de tecnología, innovación, diseño y la globalización del sector, que implica la entrada de muebles a muy bajo precio, principalmente de Asia, sin embargo, se mantiene como el cuarto mayor exportador de muebles a Estados Unidos, solamente por debajo de China, Vietnam y Canadá (Becerril, 2014).

Según la Asociación de Fabricantes de Muebles de Jalisco A.C. (2017), lo que requiere la industria nacional es incursionar en nuevos mercados y enfocarse a nichos de alto valor agregado, pero para ello se necesita impulsar el diseño original.

Las empresas dedicadas a la industria mueblera en el estado de Jalisco, son consideradas microempresas, ya que no superan más de 10 trabajadores y se encuentran distribuida por aglomeraciones empresariales, localizadas en el centro del estado concentrándose en la zona metropolitana, ubicándose en el municipio de Guadalajara 564 unidades económicas, Zapopan 307, Tonalá 283, Tlaquepaque 192 y Tlajomulco de Zúñiga 37, dando un total de 1,383.

Revisión teórica

Gestión del conocimiento

El objetivo global de la gestión del conocimiento en una organización según Ansuattigui, et al, (2013), es la maximización de la eficacia de las actividades relacionadas, como también de los retornos de los activos de conocimiento y su constante renovación.

De acuerdo con Hernández et al, (2006), la gestión del conocimiento es el proceso sistemático de detectar, seleccionar, organizar, filtrar, presentar y usar la información por parte de los participantes de una organización, con el objeto de explotar cooperativamente los recursos de conocimiento basados en el capital intelectual propio de las organizaciones, orientados a potenciar las competencias organizacionales y la generación de valor.

Por lo que la gestión del conocimiento debe servir para superar las costumbres, sobre todo cuando éstas impiden la normal y efectiva respuesta de la organización a los nuevos requerimientos del entorno, resultando crucial para superar los paradigmas ineficaces, como así también aquellos mitos que dificultan encontrar las respuestas a los nuevos y acuciantes problemas, (Cárdenas y Paz, 2009).

Para Simanca et al (2016), la gestión del conocimiento ha sido concebida desde tres perspectivas diferentes: una relacionada con la tecnología, que se encuentra fuertemente concentrada en el registro, codificación de datos, y que se identifica como la primera generación, la segunda lo relaciona con el talento humano y por último la perspectiva que lo relaciona con las organizaciones,
La gestión del conocimiento resulta esencial para favorecer una estructura empresarial innovadora y eficiente, ya que si el conocimiento fluye y se transmite de manera correcta en la organización, este solo puede crecer, por las habilidades e información valiosa que se transmite entre los empleados de forma rápida, para de esta forma aumentar la posibilidad de generar nuevo conocimiento que provoca nuevas aplicaciones, mejoras en procesos o productos y diferentes formas de hacer negocio para obtener oportunidades, al ser el conocimiento el único activo que crece con el tiempo.(Archanco, 2015).

El origen del concepto "gestión del conocimiento" inicia desde la realidad empresarial y, por lo tanto, lo que busca es aumentar el beneficio económico de las empresas, sin embargo, sus ideas pueden ser aplicables a entornos en los que lo que no se persigue el beneficio económico, sino el beneficio social o cultural. (Bustelo y García, 2001).

De acuerdo a Pereira, (2011), con la gestión del conocimiento se pueden alcanzar los siguientes beneficios específicos: transferir de la forma más rápida y efectiva el conocimiento adquirido en la empresa, para que la información no pierda su valor; utilizar al empleado como motor de la innovación; que la fuente principal sea interna. Identificar nuevas estrategias de experimentación y solución a los problemas; transformar el conocimiento del personal en competencias corporativas y ventajas competitivas; medir y compartir el efecto de cada uno de los empleados en la empresa; aprender más rápidamente y sacar mejor provecho de nuestra experiencia; capitalizar el conocimiento creado, y lograr un retorno en la inversión en formación del personal, y en el conocimiento de los clientes y competidores y crear en la organización una cultura de mejora y aprendizaje continuos.

Kim (2000), menciona que las acciones para desarrollar activos de conocimiento tienen la finalidad de cumplir con los objetivos de utilizar y difundir el conocimiento, sin embargo, el conocimiento es un recurso renovable, reutilizable y de acumulación de valor para la empresa (Davenport, 2000). El conocimiento es definido por Alavi y Leidner, (2001), como una creencia justificada de que aumenta la capacidad de una entidad para una acción eficaz, y que solo mediante

el aprovechamiento y la explotación de la sabiduría colectiva y los conocimientos de los colaboradores pueden las organizaciones adaptar y desarrollar procesos innovadores, los productos, las tácticas y las estrategias (Zahra et al., 2007; Romano, 2000; Massey et al, 2001). Las empresas deben aplicar un método de gestión del conocimiento para conseguir el valor añadido del conocimiento para ellos y sus clientes y para la comprensión de los patrones de compra de los clientes, las tendencias actitudes y preferencias (Stefanou et al., 2003).

Formación del Personal

Un factor esencial para la gestión del conocimiento es la formación del personal, como área prioritaria dentro de la organización, lo que cada vez adquiere mayor importancia por los beneficios que supone para ella misma y sus empleados, resultando en una forma de aumentar la inimitabilidad del recurso humano, con el objetivo de mantener la ventaja competitiva. (Salinero, 2006). De acuerdo con Barquero, (2005), cuanto mayor sea el grado de formación y preparación del personal de la compañía, mayor será su nivel de productividad, cualitativa y cuantitativamente.

Fuentes Internas

Otro factor que contribuye a la gestión del conocimiento, está representado por las fuentes internas, que hacen alusión a los métodos de acumulación de conocimiento tecnológico a través de procesos de aprendizaje propios, derivado fundamentalmente de la experiencia en el desempeño de los procesos organizativos, (González, 2016). Las fuentes internas de información están constituidas por los documentos internos que son memorias o registros de las operaciones cotidianas de la empresa y que se generan diariamente a través de informes que sirven para realizar análisis para toma de decisiones, de estudios especializados realizados por terceros como estudios de mercado, diagnósticos, de manuales para organización de procedimientos, de productos, de normas técnicas etc. (Lapuente, 2016).

Fuentes Externas

Por otra parte, se consideran a las fuentes externas como otro factor clave en la gestión del conocimiento, mismas que constituyen todo un proceso de acumulación e incorporación de conocimiento tecnológico, y que se hace posible mediante la intervención de terceros agentes a través de la compra directa de tecnología, en algunos casos el conocimiento externo se ha limitado a aquellos recursos intangibles que pueden considerarse bienes públicos, (González, 2016).

Motivación

Por último, se incluye a la motivación, como una característica de la psicología humana que contribuye al grado de compromiso de la persona, y que constituye un proceso que ocasiona, activa, orienta, dinamiza y mantiene el comportamiento de los individuos hacia la realización de objetivos esperados, el comportamiento es motivado ya sea por impulsos, deseos, necesidad o tendencias y el comportamiento está dirigido hacia algún objetivo, (Más,2005).

Salazar, (2008), explica que la motivación es uno de los factores internos que requiere mayor atención, ya que sin ésta es imposible comprender el comportamiento de las personas. La motivación se explica en función de conceptos como fuerzas activas e impulsoras, traducidas por palabras como deseo y rechazo. El individuo desea poder, status y rechaza el aislamiento social y las amenazas a su autoestima. Además, la motivación establece una meta determinada, cuya consecución representa un gasto de energía para el ser humano.

Competitividad

La importancia de la competitividad en las organizaciones es innegable, sin embargo, en la literatura no se ha logrado consensuar una definición especifica de ésta, tornándose un concepto complejo en su descripción y alto grado de dificultad en su medición, desde la básica aportación de Mathis 1988, citado por Alonso, 1992), que la describen como la aptitud para vender aquello que es producido, hasta más complejas como la que menciona Cohen, (1994), que la considera como un gran conjunto de indicadores, en donde ninguno de los cuales cuenta la historia total, sino que juntos aportan un foco de atención altamente legítimo.

Una visión no sistémica asocia la competitividad de una industria o un país a la de algunos factores específicos, el caso más usual es considerar que la competitividad nacional es la competitividad de las firmas que componen el país, rescatando únicamente las variables microeconómicas que afectan el desempeño competitivo, (Beltrán y Hernández, 2018), con otras visiones de competitividad no sistémica: a) la macroeconómica, la cual ve a la competitividad como resultante de las condiciones de variables macro y su influencia en los costos de producción y los precios de los factores; b) la neo laboralista, según la cual la mano de obra calificada es determinante de la ventaja competitiva de un país y, a raíz de esto, asigna un papel primordial a la inversión y capacitación del capital humano; y c) la neo institucionalista, que considera cruciales a los aspectos institucionales en la gestión, innovación, capacitación y aprendizaje.

Sin embargo, para Horta y Jung (2002), la competitividad no es un estadio a alcanzar sino un proceso continuo de esfuerzos conjuntos, hacia la adquisición de atributos diferenciables en el que los resultados se obtienen a largo plazo.

En las actividades industriales la competitividad en las actividades industriales se define como el desarrollo de los medios necesarios que promuevan la eficiencia y fomentan el crecimiento sostenible (Lall, 2001).

Tecnología y Competitividad

La tecnología desempeña un papel crítico en la competitividad de la empresa y es uno de los factores intangibles que plantea más dificultad en su gestión, esto derivado de los rápidos cambios que se generan en el entorno económico social, así como en los hábitos y costumbres de los consumidores, por lo que las pequeñas y medianas empresas muestran cada vez más su interés y necesidad para integrar la tecnología a sus procesos primarios o de apoyo, logrando con ello y no siempre en el primer intento, una mejora de su productividad e impacto directo a su competitividad, las nuevas tecnologías nos dan la posibilidad de combinar y potenciar las capacidades técnicas, financieras, comerciales y administrativas de las organizaciones y empresas, permitiendo el desarrollo de nuevos productos y servicios o mejorando los ya existentes. (Nuchera, 1999).

La tecnología representa un factor importante en la creación de ventajas competitivas, las que constituyen cualidades distintivas de un producto, un servicio, una persona o un país aportando valor superior frente a sus pares. De acuerdo con Álvarez, (2003), la inversión en capital humano y el desarrollo de nuevas tecnologías constituyen la base de las nuevas ventajas competitivas que han modificado el equilibrio económico mundial.

La competitividad tecnológica, plenamente vinculada a la innovación, se refiere a la capacidad de competir exitosamente en los mercados por nuevos bienes y servicios, por lo que el uso de la tecnología en la distribución comercial se puede observar en el Sistema de Información Gerencial, que constituye el acopio computarizado de los datos posibles de cada uno de los departamentos o áreas que comprende la empresa detallista, la información proporcionada hacia la gerencia es prioritaria "con detallistas en la competencia vendiendo mercancía similar a precios similares porque todos compran de los mismos proveedores, la clave para el éxito es la información" (Randy, 2000).

Costos y Competitividad

Si bien la competitividad depende de los precios finales, éstos se derivan de los costos y la productividad de los factores, incidiendo en forma preponderante el costo de la mano de obra en el costo total. Este indicador presenta algunos inconvenientes, Perlbach y González, (2002) mencionan, que debe considerarse que la productividad presenta un comportamiento pro-cíclico, cayendo en las recesiones y ascendiendo en las expansiones, y esto puede afectar los resultados que brinda el indicador respecto de la posición competitiva y en la relación de la misma con el crecimiento

económico. Por otra parte, este indicador de competitividad no tiene en cuenta el resto de los costos productivos, como por ejemplo el costo del capital.

Desempeño financiero y competitividad

Los indicadores del desempeño financiero son utilizados para la medición a través del cual se puede comprobar los cambios que se dan en la empresa, así como el logro de los objetivos financieros propuestos en un periodo determinado. (Bhagwat y Sharma, 2007).

El análisis financiero integral, constituye un enfoque de evaluación de la competitividad porque permite identificar las condiciones financieras en que se desarrollan los negocios, lo cual es determinante para la atracción de la inversión y la capacidad de creación de valor (Lombana, 2009).

Metodología

Para el presente estudio se plantearon los siguientes objetivos, preguntas de investigación e hipótesis:

Objetivo General:

Presentar la interrelación de la Gestión del Conocimiento en la Competitividad de las pymes: Caso Industria mueblera del Área Metropolitana de Guadalajara (AMG).

Objetivos Específicos:

1. Presentar la situación general de las pymes.
2. Identificar los principales factores que afectan la gestión del conocimiento.
3. Mostrar los factores que influyen en la competitividad.
4. Analizar la correlación entre la gestión del conocimiento y la competitividad.

I. Pregunta General de Investigación

¿Cuáles son los factores que influyen en la Gestión del Conocimiento y en la Competitividad de las pymes muebleras de Guadalajara?

II. Preguntas complementarias

1. ¿Cuál es la situación general de las pymes?
2. ¿Cuáles son los principales factores que afectan la gestión del conocimiento?
3. ¿Cuáles son los factores que influyen en la competitividad?
4. ¿Cuál es la correlación entre la gestión del conocimiento y la competitividad?

Hipótesis

1. A mayor formación de personal, mejor es la gestión del conocimiento.

2. A mejor gestión de las fuentes internas, mejor es la gestión del conocimiento.

3. A mejor administración de las fuentes externas, mejor es la gestión del conocimiento.

4. A mayor fomento de la motivación, mejor gestión del conocimiento.
5. A mejor desempeño financiero, mayor competitividad.
6. A mayor uso de tecnología, mayor competitividad adquirida.
7. A mejor optimización de costos, mayor competitividad.
8. A mejor estrategia de la gestión del conocimiento, mayor índice de competitividad.

Por lo tanto, con base en la revisión de la literatura, se diseña el siguiente constructo teórico metodológico:

Figura 1

Constructo teórico metodológico

Fuente: elaboración propia

Para la investigación se diseñó un cuestionario basado en las aportaciones teóricas revisadas relativas a la variable Gestión del Conocimiento y sus factores o dimensiones que la sustenta, formación de personal, fuentes internas, fuentes externas y motivación y a la variable Competitividad con relación al desempeño financiero, la tecnología y los costos, aplicado a empresas de la industria mueblera de la ZMG. El instrumento se realizó bajo la escala de Likert.

Ficha técnica de la muestra de la investigación

Características	**Descripción**
Universo	2, 847 pymes de la industria manufacturera.
Ámbito de Estudio	Nacional
Unidad Muestral	Pymes manufactureras con 11 a 250 trabajadores
Método de recolección de la información	Encuesta personal
Tipo de Muestreo	Aleatorio Simple
Tamaño de la Muestra	450 empresas
Margen de error de muestreo	± 4% a un nivel global, para un nivel de confianza del 97% (p=q= 0.5)
Fecha del trabajo de campo	Septiembre 2012 a Febrero 2013

Fuente: Elaboración propia basada en los datos de la investigación.

Análisis de resultados

Los resultados obtenidos mediante la aplicación del instrumento utilizado, fueron analizados con el software estadístico SPSS.

Tabla 1
Alfa de Cronbach- KM y Competitividad
Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
.951	45

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 1 se observa que en las variables existentes fueron aplicadas de manera consistente, es decir, que las tendencias o relaciones generales pueden ser descritas a profundidad mediante un análisis multivariado. Para ello es necesario comprender el nivel de ajuste entre los rubros, conforme a un análisis factorial de KMO y prueba de Bartlett.

Tabla 2
Prueba de KMO y Bartlett

Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo		.862
Prueba de esfericidad de Bartlett	Aprox. Chi-cuadrada	3473.553
	Gl	990
	Sig.	.000

Fuente: Elaboración propia

El análisis factorial es la adecuación de la muestra e indica qué tan apropiado es aplicar el dicho análisis. Los valores entre 0.5 y 1 indican que el análisis factorial es pertinente para el conjunto de datos. lo cual indica que la encuesta fue aplicada y elaborada de manera correcta. Con la Chi Cuadrada se comprueba que, en base a los resultados anteriores, hay una gran relación entre las variables, lo cual permite que el estudio sea viable y confiable según**.** Cuando los grados de libertad, sean lo más cercano a 1 significa que las variables tienen relación entre sí. La significancia indica que cuando este valor, es lo más cercano a 0 es la adecuada para el estudio como se muestra en la tabla número 2.

Tabla 3
ANOVA Formación de personal

		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
BFT1	Entre grupos	146.425	19	7.707	18.544	.000
	Dentro de grupos	46.545	112	.416		
	Total	192.970	131			

BFT2	Entre grupos	105.347	19	5.545	9.011	.000
	Dentro de grupos	68.918	112	.615		
	Total	174.265	131			
BFT3	Entre grupos	157.274	19	8.278	19.026	.000
	Dentro de grupos	48.726	112	.435		
	Total	206.000	131			
BFT4	Entre grupos	117.816	19	6.201	10.128	.000
	Dentro de grupos	68.570	112	.612		
	Total	186.386	131			
BFT5	Entre grupos	123.652	19	6.508	8.961	.000
	Dentro de grupos	81.340	112	.726		
	Total	204.992	131			

Mediante el análisis de varianza (ANOVA), (tabla 3), se prueban las hipótesis de que las medias de dos o más poblaciones son iguale, evaluando la importancia de uno o más factores al comparar las medias de la variable de respuesta en los diferentes niveles de los factores. Con base a los resultados obtenidos, se demuestra que la empresa tiene asesorías constantes con sus trabajadores y empleados, además de proporcionales formaciones formales relacionadas con la gestión del conocimiento, proporcionándoles a la empresa buena educación a sus empleados relacionado con el trabajo, por lo tanto, la hipótesis 1 se comprueba por dichos resultados.

Tabla 4
ANOVA fuentes internas

		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
BPE1	Entre grupos	94.168	46	2.047	2.809	.000
	Dentro de grupos	61.221	84	.729		
	Total	155.389	130			
BPE2	Entre grupos	88.584	46	1.926	3.544	.000
	Dentro de grupos	45.645	84	.543		
	Total	134.229	130			
BPE3	Entre grupos	109.172	45	2.426	5.211	.000
	Dentro de grupos	39.105	84	.466		
	Total	148.277	129			
BPE4	Entre grupos	150.366	46	3.269	4.684	.000
	Dentro de grupos	58.626	84	.698		
	Total	208.992	130			
BPE5	Entre grupos	148.574	44	3.377	4.809	.000
	Dentro de grupos	58.976	84	.702		
	Total	207.550	128			
BPE6	Entre grupos	167.583	46	3.643	6.171	.000
	Dentro de grupos	49.593	84	.590		
	Total	217.176	130			
BPE7	Entre grupos	126.484	45	2.811	3.695	.000

	Dentro de grupos	63.893	84	.761		
	Total	190.377	129			
BPE8	Entre grupos	134.419	46	2.922	3.541	.000
	Dentro de grupos	69.321	84	.825		
	Total	203.740	130			
BPE9	Entre grupos	119.520	46	2.598	4.100	.000
	Dentro de grupos	53.229	84	.634		
	Total	172.748	130			
BPE10	Entre grupos	247.636	45	5.503	4.446	.000
	Dentro de grupos	103.971	84	1.238		
	Total	351.608	129			
BPE11	Entre grupos	183.484	45	4.077	6.948	.000
	Dentro de grupos	49.293	84	.587		
	Total	232.777	129			
BPE12	Entre grupos	140.433	45	3.121	2.715	.000
	Dentro de grupos	96.560	84	1.150		
	Total	236.992	129			
BPE13	Entre grupos	183.219	44	4.164	3.739	.000
	Dentro de grupos	93.540	84	1.114		
	Total	276.760	128			

Con los resultados de la tabla 4, se comprueba la hipótesis 6, ya que la empresa tiene patentes e ingresa frecuentemente a bases datos, cuando esto sucede son mayores sus niveles competitivos comprobando que a mayor uso de tecnología, mayor será la competitividad.

Tabla 5
ANOVA fuentes externas

		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
BKO1	Entre grupos	146.011	20	7.301	11.376	.000
	Dentro de grupos	71.231	111	.642		
	Total	217.242	131			
BKO2	Entre grupos	164.379	20	8.219	14.873	.000
	Dentro de grupos	61.341	111	.553		
	Total	225.720	131			
BKO3	Entre grupos	144.320	20	7.216	11.095	.000
	Dentro de grupos	72.195	111	.650		
	Total	216.515	131			
BKO4	Entre grupos	121.468	20	6.073	7.360	.000
	Dentro de grupos	91.592	111	.825		
	Total	213.061	131			
BKO5	Entre grupos	141.209	20	7.060	9.256	.000
	Dentro de grupos	84.669	111	.763		
	Total	225.879	131			

Para la comprobación de la hipótesis 3, los resultados mostrados en la tabla 5, muestran que el uso de las fuentes industriales, además de instituciones públicas y centros de investigación, apoyan el planteamiento de la misma.

Tabla 6
ANOVA Motivación

		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
BOC1	Entre grupos	120.293	12	10.024	26.755	.000
	Dentro de grupos	44.586	119	.375		
	Total	164.879	131			
BOC2	Entre grupos	126.985	12	10.582	20.466	.000
	Dentro de grupos	61.531	119	.517		
	Total	188.515	131			
BOC3	Entre grupos	85.037	12	7.086	23.454	.000
	Dentro de grupos	35.955	119	.302		
	Total	120.992	131			
BOC4	Entre grupos	89.425	12	7.452	16.744	.000
	Dentro de grupos	52.962	119	.445		
	Total	142.386	131			

La hipótesis 4, afirma que, a mayor fomento de la motivación, mejor gestión del conocimiento, y con los resultados indicados en la tabla 6, se comprueba, ya que, las empresas constantemente alientan a sus trabajadores a que transfieran sus experiencias y conocimientos a los nuevos empleados, además de implementar programas de valores y promoción cultural entre los mismos.

Tabla 7 ANOVA
General de Gestión del Conocimiento

		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
FORMACION	Entre grupos	118.995	122	.975	5.045	.006
	Dentro de grupos	1.740	9	.193		
	Total	120.735	131			
FUENTINTERNAS	Entre grupos	105.354	121	.871	21.894	.000
	Dentro de grupos	.358	9	.040		
	Total	105.712	130			
FUENTEXTERNAS	Entre grupos	124.864	122	1.023	3.084	.034
	Dentro de grupos	2.987	9	.332		
	Total	127.851	131			
MOTIVACION	Entre grupos	93.115	122	.763	1.365	.322
	Dentro de grupos	5.031	9	.559		
	Total	98.146	131			

Los factores analizados en la tabla 7, indican que en primer término las fuentes externas en primer, seguidas de la formación de personal son los factores de mayor relevancia para este estudio, debido a que presentan mayor grado de uso entre las empresas, mientras que fuentes internas ocupan un tercer lugar y por último la motivación.

Tabla 8
ANOVA Desempeño financiero

		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
FP1	Entre grupos	82.328	24	3.430	7.546	.000
	Dentro de grupos	48.642	107	.455		
	Total	130.970	131			
FP2	Entre grupos	95.605	23	4.157	15.310	.000
	Dentro de grupos	29.052	107	.272		
	Total	124.656	130			
FP3	Entre grupos	90.941	24	3.789	14.643	.000
	Dentro de grupos	27.688	107	.259		
	Total	118.629	131			
FP4	Entre grupos	89.401	24	3.725	13.333	.000
	Dentro de grupos	29.895	107	.279		
	Total	119.295	131			
FP5	Entre grupos	86.844	24	3.618	6.059	.000
	Dentro de grupos	63.906	107	.597		
	Total	150.750	131			
FP6	Entre grupos	96.310	21	4.586	4.605	.000
	Dentro de grupos	106.574	107	.996		
	Total	202.884	128			

La tabla 8 demuestra la comprobación de la hipótesis 7, basada, en que en los últimos tres años se obtuvieron tasas bajas de interés (preferenciales) y las ventas fueron muy buenas durante este periodo. Esto debido a la buena gestión de créditos y óptimo personal de ventas.

Tabla 9
ANOVA Costos

		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
PC1	Entre grupos	53.383	19	2.810	2.252	.005
	Dentro de grupos	137.240	110	1.248		
	Total	190.623	129			
PC2	Entre grupos	44.547	18	2.475	5.415	.000
	Dentro de grupos	49.820	109	.457		
	Total	94.367	127			
PC3	Entre grupos	64.920	18	3.607	6.489	.000
	Dentro de grupos	60.580	109	.556		
	Total	125.500	127			

PC4	Entre grupos	66.533	17	3.914	8.417	.000
	Dentro de grupos	50.680	109	.465		
	Total	117.213	126			
PC5	Entre grupos	74.946	19	3.945	6.149	.000
	Dentro de grupos	70.562	110	.641		
	Total	145.508	129			
PC6	Entre grupos	54.436	19	2.865	5.863	.000
	Dentro de grupos	53.756	110	.489		
	Total	108.192	129			

La hipótesis 5, se comprueba, con los resultados de la tabla 9, esto en virtud de que, los costos de las materias primas e insumos con los proveedores son bajos.

Tabla 10
ANOVA competitividad

		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
TE1	Entre grupos	168.519	25	6.741	16.132	.000
	Dentro de grupos	44.292	106	.418		
	Total	212.811	131			
TE2	Entre grupos	171.936	25	6.877	18.677	.000
	Dentro de grupos	39.033	106	.368		
	Total	210.970	131			
TE3	Entre grupos	171.822	24	7.159	20.620	.000
	Dentro de grupos	36.804	106	.347		
	Total	208.626	130			
TE4	Entre grupos	141.411	25	5.656	11.650	.000
	Dentro de grupos	51.468	106	.486		
	Total	192.879	131			
TE5	Entre grupos	185.198	25	7.408	17.955	.000
	Dentro de grupos	43.733	106	.413		
	Total	228.932	131			
TE6	Entre grupos	178.470	25	7.139	15.050	.000
	Dentro de grupos	50.280	106	.474		
	Total	228.750	131			

El planteamiento de que, a mejor estrategia competitiva, mayor será la competitividad, correspondiente a la hipótesis 8, se comprueba con los resultados obtenidos en la tabla 10, por medio del mejoramiento de la maquinaria y equipo que permite que los procesos de producción y/o servicios sean más eficientes para las empresas.

Tabla 11
ANOVA General de Competitividad

		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
DEFIN	Entre grupos	81.779	131	.624	.	.
	Dentro de grupos	.000	0	.		
	Total	81.779	131			
COSTOS	Entre grupos	51.825	129	.402	.	.
	Dentro de grupos	.000	0	.		
	Total	51.825	129			
TECNOLOGÍA	Entre grupos	158.808	131	1.212	.	.
	Dentro de grupos	.000	0	.		
	Total	158.808	131			

En el análisis general de la variable competitividad con respecto a sus dimensiones, se muestra en la tabla 11, que la tecnología ocupa el primer lugar de importancia para las empresas, seguido del desempeño financiero y en la última posición los costos.

Conclusiones

Las pequeñas y medianas empresas representan un gran porcentaje en el total de las compañías no sólo en México, sino a nivel mundial, en forma particular las pymes del AMG (Área Metropolitana de Guadalajara), aportan un gran porcentaje a la producción económica del país.

El sector mueblero del AMG se ha caracterizado por haber incrementado su producción y tamaño en las últimas décadas, en donde muchos de sus establecimientos han iniciado como pequeñas empresas, llegando a convertirse en grandes productoras de todo tipo de mobiliario.

La gestión del conocimiento es el proceso de gestionar explícitamente los activos no materiales de la organización mediante la generación, búsqueda, almacenaje y transferencia de conocimiento. Su objetivo último es conseguir aumentar la productividad y competitividad de la empresa. En la organización moderna, la ventaja competitiva sostenible en esta sociedad del conocimiento radica en la renovación continuada de las competencias de sus personas, mediante un aprendizaje constante tanto personal como organizacional.

En este sector se demostró que las tecnologías de la información juegan un rol importante en la gestión del conocimiento, ya que constituyen una herramienta útil para almacenar, compartir y utilizar el conocimiento con el objetivo de mejorar la calidad en el cumplimiento y desarrollo de la misión de la organización, sin embargo, no se debe dejar a un lado la cultura de formación de los empleados ya que es clave en el éxito a alcanzar.

El sistema informático a implantar contribuye a la extensión de la cultura de compartición del conocimiento, contribuyendo al aumento en los índices de competitividad.

Al considerar la gestión del conocimiento, se está refiriendo en la forma de crear, desarrollar y lograr el establecimiento de sistemas de comunicación dentro de las empresas como parte de su cultura, para así poder detectar y poder compartir la información valiosa que poseen, principalmente las personas que la integran. Implica términos muy importantes para que esta pueda desarrollarse, como lo son el liderazgo, motivación y recursos humanos como herramientas que se utilizan en cualquier organización, resaltando que una vez que las empresas comienzan a establecer los sistemas de comunicación dentro de la organización ésta tiene la posibilidad de hacerse más competitiva.

Por lo tanto, es recomendable que las empresas del AMG, dispongan de un método estructurado que permita detectar, seleccionar y normalizar/sistematizar el conocimiento obtenido por los individuos durante el desarrollo de su actividad y utilizarlo por la organización como palanca para su evolución y adaptación al entorno de negocio

El recurso humano, es parte esencial para que organización puede tener competitividad, porque sin ello sería difícil encontrar esa competencia que exige el mercado, de ahí, la importancia del adecuado reclutamiento y consiguiente capacitación, para alcanzar un óptimo crecimiento y competitividad.

El análisis de los resultados obtenidos permite un mayor conocimiento sobre las empresas muebleras de la AMG, lo que permite conocer con exactitud y precisión las herramientas o variables que estas empresas implementan con sus trabajadores y empleados, así como con la magnitud que cada una de ellas interviene durante todos los procesos de la organización.

Recomendaciones

Después de haber concluido con este estudio, se detecta la necesidad de realizar otras investigaciones considerando a empresas del sector mueblero de todos los tamaños, así como incluir a otras zonas productoras del Estado de Jalisco. También será conveniente replicar el estudio en otras entidades del país con amplia tradición en la producción de muebles, para posteriormente analizarlos en forma comparativa y poder encontrar fortalezas para ser compartidas con todo el ramo productivo.

Referencias

Alavi, M., y Leidner, D. (1998). Review: knowledge management and knowledge management systems: conceptual foundations and research issues. MIS Q. 25, 107–136 (2001). *Sloan Management Review*, *39*(2), 43.

Alonso, J.A. (1992). Ventajas Comerciales y Competitividad: Aspectos conceptuales y empíricos. ICE, *Especialización Comercial y Competitividad*, 2005, 38-76.

Álvarez, V. (2003). *Del Sector ciencia y Tecnología a la Sociedad del Conocimiento* (No. 38). Fundación Centro Gumilla.

AMPIMM, *Asociación Mexicana de Proveedores de la Industria Maderera y Mueblera, A.C.*, recuperado de https://www.ampimm.org/

Ansuattigui, R. V., Caulliraux-Pithon, A. J., y Fernandes, J. L. (2013). Prácticas de gestión del conocimiento en una institución pública de investigación: El caso del Centro Tecnológico del Ejército en Brasil (CTEx). *Información tecnológica*, *24*(5), 51-60.

Archanco, R. (2015). Qué es gestión del conocimiento. Recuperado a partir de http://papelesdeinteligencia.com/que-es-gestion-del-conocimiento/

Asociación de Fabricantes de Muebles de Jalisco A.C., recuperado de https://afamjal.com.mx/

Barquero Corrales, A. (2005). *Administración de recursos humanos*. EUNED.

Becerril, I. (2014), recuperado de https://www.elfinanciero.com.mx/economia/la-industria-mueblera-en-mexico-requiere-de-renovacion-a-fondo/

Beltrán Nariño, K. A., y Hernández Monroy, L. V. (2018). *Análisis de la eficiencia del tráfico y recaudo del transporte pesado en el marco de la competitividad de la infraestructura vial en Colombia (2008-2015).*

Bhagwat, R., y Sharma, M. (2007). Performance measurement of supply chain management: A balanced scorecard approach—*ScienceDirect*. https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0360835207000617

Bustelo-Ruesta, C., y García-Morales, E. (2001). Tendencias en la gestión de la información, la documentación y el conocimiento en las organizaciones. *El profesional de la información*.

Cámara Nacional de la Industria de la Transformación, (2019), recuperado de https://canacintra.org.mx/camara/

Cárdenas, E. A., y Paz, A. (2009). Propiciar el aprendizaje a partir de la construcción y transformación de modelos empresariales focalizados en la gestión del conocimiento. *Teorías, Enfoques y Aplicaciones en las Ciencias Sociales*, *2*(3), 85-92.

Chamorro, A. A. V. (2019). La sustentabilidad de las Pymes comerciales como factor de competitividad. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, *3*(1), 134-155.

Cohen, S. (1994). Speaking Freely. *Foreign Affairs, 73,* (4)

Davenport, T. H. (2000). *Mission critical: realizing the promise of enterprise systems*. Harvard Business Press.

González-Mohino Sánchez, M. (2016). *La gestión del conocimiento y sus factores organizativos en la empresa*, Parrós Obras.

Hernández Silva, F. E., y Martí Lahera, Y. (2006). Conocimiento organizacional: la gestión de los recursos y el capital humano. *Acimed*, *14*(1), 0-0.

Horta, R., y Jung, A. (2002). Competitividad e industria manufacturera. Aportes para un marco de análisis. *Revista electrónica de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Católica*, *1*(1), 1-38.

Jaimes, E., y Velázquez, F. (2021). Las tecnologías de la información y comunicación como nuevas tendencias en las pymes venezolanas. *Revista Gerens, (8).*

Kim, A. (2000). *Community building on the web.* Peachpit Press.

Lall, S. (2001). Competitiveness indices and developing countries: an economic evaluation of the global competitiveness report. *World Development*, *29*(9), 1501-1525

Lapuente, C. L. (2006). *Hipertexto: El nuevo concepto de documento en la cultura de la imagen* (Doctoral dissertation, Universidad Complutense de Madrid).

Lombana, J., Rozas, S. (2009). Marco analítico de la competitividad: Fundamentos para el estudio de la competitividad regional. *Pensamiento y gestión*. *26*,1-38.

Más, J. L. (2005). Motivación laboral y gestión de recursos humanos en la teoría de Frederick Herzberg. *Gestión en el tercer milenio*, *8*(15), 25-36.

Massey, A. P., Montoya-Weiss, M. M., y Holcom, K. (2001). Re-engineering the customer relationship: leveraging knowledge assets at IBM. *Decision Support Systems*, *32*(2), 155-170

Nuchera, A. H. (1999). La gestión de la tecnología como factor estratégico. *Economía industrial*, *330*.

Pabón Zea, D. A. (2019). *Plan estratégico de mejora para la microempresa Ventura* (Doctoral dissertation, Corporación Universitaria Minuto de Dios).

Pereira, H. (2011). Implementación de la gestión del conocimiento en la empresa. *Éxito Empresarial*, *135*, 1-6.

Perlbach, I., y González, R. (2002). *Cambios estructurales y evolución de la productividad y competitividad laboral en la industria manufacturera, (El caso de la industria en Mendoza*).

Randy, Allen L. (2000), *Fundamentos del comercio detallista*, Deloitte y Touche, ANTAD, México.

Romano, P. (2000). ISO 9000: what is its impact on performance?. *Quality Management Journal*, *7*(3), 38-56

Ruíz, L. C. M.(SF) *Barreras a la internacionalización de las pymes mexicanas en el marco de la cooperación internacional*. (Tesis de maestría Universidad de Guadalajara).

Salinero, M. Y. (2006). *La formación como fuente de ventaja competitiva*. *Análisis de las empresas de Castilla la Mancha*.

Simanca, M. M., Montoya, L. A., y Bernal, C. A. (2016). Gestión del conocimiento en cadenas productivas: El caso de la cadena láctea en Colombia. *Información tecnológica*, *27*(3), 93-106.

Stefanou, C. J., Sarmaniotis, C., y Stafyla, A. (2003). CRM and customer-centric knowledge management: an empirical research. *Business Process Management Journal*, 9(5), 617-634.

Zahra, S. A., Neubaum, D. O., y Larrañeta, B. (2007). Knowledge sharing and technological capabilities: The moderating role of family involvement. *Journal of Business research*, 60(10), 1070-1079.

Zamora Salazar, E. G. (2008). *Importancia de la motivación en las empresas.*

RIICO 2022

Organizado por:
Red Internacional de Investigadores en Competitividad
Guadalajara, Jalisco

ISBN: 978-607-96203-0-11

www.riico.org

Photo by Lawless Capture en Unsplash

Photo by Charlie Harris en Unsplash

RIICO 2022

www.riico.org

Photo by joshua-sortino-LqkhnDzSF8-unsplash