

LA GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO Y EL EMPRENDIMIENTO COMO FACTOR INFLUYENTE EN LA ECONOMÍA DEL PAÍS

Autor: Carvallo, Yannary
Yannarycarvallo@gmail.com

PALABRAS CLAVE

Conocimiento, competitividad, economía

RESUMEN

El presente ensayo pretende describir la influencia de la gestión del conocimiento y el emprendimiento en el crecimiento económico del país. Este servirá de referencia para el estudio y comprensión de aspectos relacionados con los factores que inciden en el crecimiento de la economía. Para ello se aplica una metodología descriptiva y documental; donde se analizan investigaciones y artículos científicos que conllevan a las conclusiones finales. Determinado la importancia y el impacto que genera la consolidación y empoderamiento de la gestión del conocimiento en los emprendimientos; permitiendo planificar, implementar y controlar, el conocimiento y aportes intelectuales. Resaltando la importancia que los emprendedores, reconozcan e implementen la gestión del conocimiento y así constituir un factor determinante para alcanzar la competitividad; conllevando a un aporte significativo a la economía del país.

**KNOWLEDGE MANAGEMENT AND ENTREPRENEURSHIP AS AN
INFLUENTIAL FACTOR IN THE COUNTRY'S ECONOMY**

Author: Carvallo, Yannary
Yannarycarvallo@gmail.com

KEYWORDS:

Knowledge, competitiveness, economy.

ABSTRACT

This test aims to describe the influence of knowledge management and entrepreneurship on the economic growth of the country. This will serve as a reference for the study and understanding of aspects related to the factors that affect the growth of the economy. For this a descriptive and documentary methodology is applied; where research and scientific articles that lead to the final conclusions are analyzed. Determined the importance and the impact generated by the consolidation and empowerment of knowledge management in the enterprises; allowing planning, implementation and control, knowledge and intellectual contributions. Highlighting the importance that entrepreneurs, recognize and implement knowledge management and thus be a determining factor to achieve competitiveness; leading to a significant contribution to the country's economy.

INTRODUCCIÓN

El ser humano en su afán de subsistir ha buscado por medio de la creatividad e innovación ir tras la búsqueda de esquemas que le permitan mantenerse económicamente en la competitividad; lo que ha conllevado a la aparición de nuevos emprendimientos. Donde estos entrelazados con el conocimiento del ser, permiten la construcción de modelos de negocio con una fuente ventaja competitiva.

Es por ello, que en este artículo se establece por medio de revisiones documentales, artículos e investigaciones realizadas la influencia importante que ejerce la gestión del conocimiento y el emprendimiento en la economía del país; haciendo énfasis en conceptos previos y documentaciones relevantes relacionados con aspectos claves que engloban los conceptos a estudiar.

En la actualidad, el crecimiento económico depende en gran medida de los procesos emprendedores llevados en cada país; ya que son estos los que aportan a la economía global.

Tal como señala Casco & Barreno (2011, p. 18) que afirma que si el paradigma de otras épocas y el centro de acción de la humanidad giraba en torno a la religión, la ciencia o el desarrollismo, el paradigma del nuevo tiempo se centra en la persona emprendedora. Siendo entonces el nuevo paradigma que actualmente rigiere las bases filosóficas de la humanidad.

Por lo que, los emprendimientos son el nuevo paradigma que deberán generar y proporcionar las bases que sustenten la economía de los países en desarrollo; donde el ser humano ha de crear las condiciones para su desarrollo personal y profesional sin esperar a que otros lo hagan por él.

DESARROLLO

Los emprendimientos vienen a ser parte de los mecanismos que han contribuido a mejorar la calidad de vida de las personas, al respecto Casco, Barreno, (2011, p. 19) hace referencia a:

La misión de la sociedad de nuestro tiempo, de nuestros países, instituciones y organizaciones es incrementar el número de emprendedores en circulación. Este hecho en sí mismo garantiza la existencia de más personas ocupadas en solucionar problemas, evitar conflictos, descubrir nuevas oportunidades para la sociedad, más empresas, más empleos, más gasto social, mayores cotas de riqueza, mayor bienestar social, sociedades y personas más felices.

Ahora bien, existen muchos autores que conceptualizan el emprendimiento; llegando a definirlo como la capacidad creadora; para alcanzar metas y lograr objetivos planteados. Su importancia según menciona Maldonado, Laya & Maya (2018, p. 30), en su investigación hace mención a que:

El emprendimiento se reviste de importancia al vincularlo directamente con el crecimiento económico generación de riqueza, por lo que los gobiernos ponen sus esfuerzos en políticas que

estimulan esta actividad. Por medio de los emprendimientos se ponen en práctica ideas para ser posteriormente convertidos en modelos de negocio innovadores, que traen como consecuencia mejorar la calidad de vida de la sociedad.

Ahora bien, la gestión del conocimiento es un concepto aplicado en las organizaciones. La finalidad es de transferir el conocimiento desde el lugar donde se genera hasta el lugar en dónde se va a emplear. Aja (2002, p. 7) señala que la gestión del conocimiento, es un proceso que permite la identificación, captura, organización y diseminación de los datos claves. Donde la gestión por medio de la planificación de conocimientos, y su aplicación en los negocios contribuye y genera efectividad de los emprendimientos y con ello a fortalecer aspectos económicos de la sociedad. Tal como señala Orrego (2008, p. 229), el emprendimiento ha heredado la visión normativa de la administración, desde la cual la mayoría de las entidades emprendedoras emplean

procedimientos organizacionales para lograr la efectividad.

Por lo que el emprendimiento viene a formar una herramienta clave que debe estar inmerso en la gestión del conocimiento aportando al crecimiento económico de los países. Donde las actividades económicas realizadas en las empresas, deben contener un abanico de posibilidades donde la gestión y el manejo de los conocimiento existentes sean capaz de revelar un conjunto de herramientas que contribuya al crecimiento económico por medio de factores que inciden directamente en la competitividad.

Así mismo, las actividades realizadas en los emprendimientos van a depender de los aportes realizados por los emprendedores y el nivel actual del negocio que se pretenda conformar. Al respecto, DUARTE (2013, Pág. 229), considera que dentro de los factores económicos que inciden de forma indirecta en el crecimiento organizacional, es fomentar una cultura de participación colectiva en aras de potenciar las destrezas y habilidades de los mismos

en correspondencia a una adecuada planificación;

Además, para que los emprendimientos logren la competitividad y así aportar al crecimientos económico de los países deben estar sustentados con bases al manejo de los conocimientos. Tal como señala Bernal, Turriago & Sierra (2010, p. 34).

Un proceso de gestión del conocimiento involucra las actividades de identificación, adquisición, socialización, creación y usos del conocimiento para crear ventaja competitiva.

Fundamentados en estos planteamientos, este estudio está orientado a conocer la percepción que tienen las personas que laboran en las organizaciones con respecto a lo que realmente ocurre en el interior de estas, con relación a los factores generadores de valor en términos de apropiación, generación, creación y uso de conocimiento.

Además, según Shnarch (2014, p. 39), hay una taza en crecimiento de emprendimientos; y muchos han fracasado en su intención de crear

nuevos negocios, ahora bien, no existe un patrón para garantizar el éxito. De aquí la importancia de emplear conocimientos para lograr que el emprendimiento se convierta en empresas rentables y sostenibles, que aporten significativamente al desarrollo económico. Tal como señala Nieves & León (2001, p. 122).

Mientras más inteligente es una empresa y más conocimiento acumula, mayor es la posibilidad de lograr ventaja frente a los competidores del mercado. Las empresas que aprovechan al máximo sus conocimientos no tienen que repetir tareas, ni perder tiempo en realizarlas; están preparadas para mostrar su rentabilidad, para compartir y para no acaparar el conocimiento en la organización, están en el camino del know-how particular al aprendizaje compartido. Evolucionan en un espacio propio, tienen la capacidad de conducirse con la efectividad requerida y se desarrollan tanto dentro como fuera de la organización.

Así mismo Duarte (2013), contempla que la variación en cuanto a creatividad intuye a que las empresas emprendedores maximicen sus fuerzas laborales en función de maximizar la innovación, por lo que este indicador permite determinar el nivel que posee este tipo de negocios, aunado a la forma de gestionar los recursos con los que se dispone, obteniendo de esta manera resultados más que efectivos.

CONCLUSIÓN

Los emprendimientos constituyen la clave fundamental para aportar al crecimiento económico; y este aporte debe ir enlazado de la gestión y el manejo de los conocimientos existentes de los emprendedores. Donde deberán ser capaces de organizar desde la idea de formación de negocio hasta el contexto de la constitución del negocio formal.

Además, para poder avanzar a nivel económico y alcanzar la competitividad, se requiere de la aceptación y conocimiento del nuevo paradigma filosófico, que es la conducta de emprender. Un

emprendimiento bien sustentado en conocimiento y técnicas de organización y planificación, aportaran a la economía generando nuevas plazas de empleo, innovaciones de productor y/o servicios, creación de nuevos modelos que están dirigidos a mejorar la calidad de vida de las personas. Tal como señala Cabrera y Rincón (2001, p. 90)

En la nueva economía la competitividad reside en la capacidad de crear valor mediante un mejor uso de los recursos y no en el control mismo de los recursos. Uno de los métodos más extendidos para la gestión del conocimiento consiste en desarrollar repositorios de conocimiento en torno a comunidades de práctica que intercambian experiencias y establecen un diálogo creador a través de barreras organizacionales tradicionales.

Así mismo, Bernal, Turriago, Sierra (2010, Pág. 229) señalan que:

Respecto del tipo de sector de actividad en el que se clasifican las organizaciones participantes del estudio

(manufacturero, servicios y educación), los resultados de las encuestas muestran que no hay diferencias significativas con relación a la necesidad de adquirir, apropiarse y crear conocimiento para una mejor competitividad organizacional. En otras palabras, los hechos que hacen que una organización tenga la habilidad de generar valor agregado, mediante el uso del conocimiento en los diferentes sectores de la actividad, es similar para las diferentes organizaciones, independientemente del sector al que pertenecen

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Aja, L. (2002). **Gestión de Información, Gestión del Conocimiento y Gestión de la Calidad en las Organizaciones**. ACIMED v.10 n.5, ISSN 1024-9435, 7 – 8. Recuperado de: http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1024-94352002000500004. Consultado el 30 de noviembre de 2018.

- Araya, M. (2013). **Liderazgo y Emprendimiento. Semanario de Emprendimiento**, 11 - 21.
- Bernal, C., Turriago, A. & Sierr, H. a (2010). **Aproximación a la Medición de la Gestión del Conocimiento Empresarial**. 30-49. Recuperado de: <http://publicaciones.eafit.edu.co/index.php/administer/article/view/183/198>. Consultado el 10 de enero de 2019
- Cabrera A, Rincón M. (2001). **La Gestión del Conocimiento: Creando Competitividad en la Nueva Economía**. 77-91. Recuperado de: <http://www.revistasice.info/index.php/ICE/article/view/208/208>. Consultado el 24 de noviembre de 2018
- Casco J., Barrena, F. (2011). **Cómo crear 1.000.000 de nuevos emprendedores en tu país**. ISBN: 978-84-939739-0-2.
- Duarte, T., & Ruiz M. (2013). **Emprendimiento, una Oportunidad para el Desarrollo**. Scientia Et Technica, ISSN: 0122-1701, 226 - 231. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/849/84917310058.pdf>. Consultado el 10 de enero de 2019.
- Fajardo, J. (2014). **Emprendimiento y Creatividad**. UPSA, 23 - 45. Recuperado de: https://www.auiop.org/reunion_internacional/web/ponencias/Ponencia_Paola_Andrea_Sainz.pdf. Consultado el 25 de noviembre de 2018.
- Maldonado., Lara, G., & Malla, A.(2018). **Actividad Emprendedora y Competitividad en el Ecuador**, ACIMED v.10 n.5, ISSN 1024-9435 , 29 - 444. Recuperado de: <https://poseidon01.ssrn.com/deliverly.php?ID=184115094024080070120089113108081006016013058034039018119003018101067028105011019066026061025058112027043066127085085102068011114006023055020028099088119000065085102090050010105065112065006104102121114064112085093064074092017102110009118065005104004126&EXT=pdf>. Consultado el 15 de enero de 2019
- Messina, M. (2015). **Factores de Éxito de un Emprendimiento: Un Estudio Exploratorio con Base en Técnicas de Data Mining. Espíritu Emprendedor**, 31 - 40. Recuperado de: http://revistas.tec.ac.cr/index.php/tec_empresarial/article/view/2206. Consultado el 25 de noviembre de 2018.
- Moya, P., & Ruíz, S. (2016). **Sobre el Concepto de Emprendimiento. Laboratorio de Innovación y Emprendimiento**, 12 - 31.
- Nieves, Y. León, M. (2001). **La Gestión del Conocimiento: una Nueva Perspectiva en la Gerencia de las Organizaciones**. ACIMED v.9 n.2, ISSN 1024-9435. Recuperado de: http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1024-

[94352001000200004](#). Consultado el 28 de noviembre de 2018

Orrego, C. (2008). **La Dimensión Humana del Emprendimiento. Revista Ciencias Estratégicas**, V (6),20, 225-235: Recuperado de: file:///C:/Users/Dr.%20Capa/Downloads/Dialnet-LaDimensionHumanaDelEmprendimiento-2991259.pdf . Consultado el 13 de enero de 2019.

Rojas, S. (2014). **Habilidades y Herramientas para el Emprendimiento. Emprendimiento y Dirección**, 03 - 16.

Schnarch, A. (2014). **Sobre el Emprendimiento en América Latina: Mitos y Realidades**. v.2, n.1, ISSN: 2317-6466, 35-41. Recuperado de <https://www.cadernomarketingunimep.com.br/ojs/index.php/cadprofmk/article/view/19/24>. Consultado el 20 de diciembre de 2018

