

La valoración de la gestión del conocimiento como pieza fundamental del éxito en las empresas del sur del Perú, 2022

The assessment of knowledge management as a fundamental piece of success in companies in southern Peru, 2022

**MSc. Abg. Regis André Junior Fernández Argandoña ¹, Flor de Marilu Llano Arocutipa ²,
Nayeli del Pilar Paye Crispín ³**

¹Magíste Science con mención en Gerencia Pública por la Universidad Jorge Basadre Grohmann de Tacna, Magister© en Investigación Científica y Docencia Universitaria por la Universidad Católica de Trujillo, Abogado de profesión
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5996-1856>
E-mail: rfernandez@neumann.edu.pe

²Estudiante de Derecho en la Universidad Latinoamericana Cima.
Estudiante de Contabilidad en el IES John Von Neumann.
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4800-576X>
E-mail: maryl.llano12@gmail.com

³Técnica en Administración de Negocios Internacionales en el IES John Von Neumann.
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1671-7404>
E-mail: nayelipaye6@gmail.com

Recepción: 09/05/2022. Aceptación: 10/05/2022. Publicación: 30/06/2022

RESUMEN

El presente artículo titulado “La valoración de la gestión del conocimiento como pieza fundamental del éxito en las empresas del sur del Perú, en el año 2022”; tiene como objetivo principal determinar la valoración del empresario a los aspectos relacionados a la gestión del conocimiento y si se propicia esta gestión a través de la creación de nuevos conocimientos y la trasmisión de estos. El tipo de investigación fue cualitativa de diseño no experimental de nivel correlacional. En cuanto a la técnica e instrumento de recolección de datos, se utilizó la entrevista y la guía de entrevista, respectivamente. Al ser una investigación cualitativa se optó por entrevistar a cuatro gerentes de empresas reconocidas de la ciudad de Tacna. Después de aplicar el instrumento se concluyó que las empresas valoran y resaltan los aspectos relacionados a la creación y trasmisión de conocimientos en sus organizaciones por lo que generan espacios de diálogo, capacitaciones y otorgan reconocimientos a sus colaboradores, esto en mérito a que consideran a la gestión del conocimiento como un factor fundamental del éxito

empresarial.

Palabras clave: Gestión, Conocimiento, Clima Organizacional, Identidad corporativa.

ABSTRACT

This article entitled "The assessment of knowledge management as a fundamental piece of success in companies in southern Peru, in the year 2022"; Its main objective is to determine the entrepreneur's assessment of aspects related to knowledge management and if this management is promoted through the creation of new knowledge and its transmission. The type of research was qualitative with a non-experimental design at a correlational level. Regarding the data collection technique and instrument, the interview and the interview guide were used, respectively. Being qualitative research, it was decided to interview four managers of recognized companies in the city of Tacna. After applying the instrument, it was concluded that the companies value and highlight the aspects related to the creation and transmission of knowledge in their organizations, for which

they generate spaces for dialogue, training, and grant recognition to their collaborators, this in merit to the fact that they consider the knowledge management as a fundamental factor of business success.

Keywords: Management, Knowledge, Organizational Climate, Corporate Identity.

INTRODUCCIÓN

A nivel internacional, la gestión del conocimiento se ha convertido en un recurso estratégico, la creación, uso y difusión efectiva del conocimiento es una pieza clave para el éxito de las organizaciones, permitiéndoles combinar y clasificar los recursos de la mejor manera, transformándolos en nuevos e innovadores, de este modo se va creando un valor diferenciador para los clientes. Por ello, actualmente el recurso humano es tan importante para las empresas de hoy en día, puesto que es el generador del conocimiento. Por esta razón, gran cantidad de organizaciones se preocupan en dar capacitación al personal desde que ingresan a la empresa a través de un clima

laboral que los ayude a comprometerse y fidelizarlos de forma sana y respetando al máximo el entorno que les hace sentir satisfechos cuando el trabajo está hecho (Rojas y Vera, 2016).

Asimismo, cabe resaltar que la gestión del conocimiento es visto como una capacidad organizacional el cual desarrolla un proceso que implica el intercambio de información y que para ser ejecutado requiere la participación de todos los miembros de la organización, este debe recopilarse, transferirse y administrarse adecuadamente para que la organización sea más rentable. De acuerdo con Pereda y Berrocal (2001) “al efectuar una adecuada gestión, el conocimiento permanece en la organización y se rentabiliza, puesto que es compartido con los colaboradores y superiores”. A partir de este desarrollo la organización puede lograr los resultados deseados considerando como elemento clave para lograr una adecuada gestión del conocimiento, el reconcomiendo de la necesidad de su creación y la forma de propiciar su trasmisión.

A nivel nacional, Vilca (2013) y Pastor (2010) indican que las empresas peruanas tienden a volverse más

competitivas a medida que van transformando su manera de pensar y se enfocan más en desarrollar el recurso humano (colaboradores), es decir, buscan el desarrollo del conocimiento en el personal con el que cuentan con la finalidad de alcanzar las metas establecidas por cada organización. Ya que vivimos en un periodo de transformación económica constante, donde la gestión del conocimiento juega un papel clave, exige un cambio urgente en el comportamiento empresarial y es una condición fundamental y necesaria para la competencia: la innovación continua.

El objetivo principal del presente artículo científico es determinar la relevancia y valoración que el empresario le brinda a la gestión del conocimiento, tomando en consideración a empresas de la zona sur del Perú. En cuanto a los objetivos específicos, se tiene, encontrar la relevancia que el empresario le otorga a la creación de nuevo conocimiento dentro de sus organizaciones y la forma en la que propicia su transmisión.

La importancia de esta investigación radica en que en la actualidad estamos en una etapa de

transición pasando de una era dominada totalmente por la tecnología aproximadamente desde 1990, a una nueva etapa donde el factor predominante en las organizaciones es el factor humano, el cual va desarrollarse en merito a la forma como se gestionen sus capacidades, para que el colaborador cree conocimiento a través de la innovación y transmita este conocimiento a sus pares; ahora, para que el conocimiento pueda ser transmitido de forma correcta la organización debe procurar las herramientas necesarias, como la percepción de un buen clima organizacional, ya que ambos conceptos están relacionados y tanto como el clima organizacional ayuda a gestionar correctamente el conocimiento, la gestión del conocimiento de forma adecuada también ayudará a mejorar el clima organizacional de la empresa.

REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA

Siendo el objetivo del presente artículo, determinar la incidencia de la gestión del conocimiento en el clima organizacional de las empresas del sur del

Perú; resulta necesario establecer algunos conceptos relevantes al tema iniciando por precisar que la gestión del conocimiento se centra en aspectos clave de la adaptación y supervivencia de una empresa frente a realidades o condiciones económicas siempre cambiantes y discontinuas. En el Perú existe una gran cantidad de empresas que cuentan con objetivos económicos dejando de lado el capital intelectual o el conocimiento humano (Tello y Armas, 2018)

Blas (2009) indica que, “los colaboradores son reconocidos como la fuente de innovación, aunque en algunos casos, estas aptitudes no son desarrolladas adecuadamente pues el empresario no propicia espacios adecuados de creación y trasmisión de conocimiento.” Este es un factor que da mucho de qué hablar ya que la idea de gestionar el conocimiento es propiciar su creación por alguno de los integrantes de la organización y buscar que este sea transmitido a los demás colaboradores tanto de su propia área como de toda la organización, por eso también es importante mantener una buena comunicación organizacional que permita intercambiar ideas entre los integrantes de

la organización de forma eficiente.

El concepto de gestión del conocimiento surgió en la década de 1990 y se expandió rápidamente. Esto es agregar valor a la información y distribuirla. Pero no siempre es palpable, esta herramienta ha creado controversia, con muchos ejecutivos preguntando si había realmente alguna ventaja en ella (Rosini y Palmisano, 2012).

El conocimiento que posee una organización puede ser una fuente de ventaja competitiva sostenible al implementar una estrategia efectiva de gestión del conocimiento que permita tomar acciones innovadoras para crear productos, servicios, sistemas de gestión y procesos para optimizar los recursos y capacidades de la organización, (Nofal, 2007) por ello es una herramienta muy importante en la organización.

Así también, los autores Pérez (2016), Mejía (2008) y Nagles (2007), afirman que la gestión de conocimiento es una disciplina que aporta un gran enfoque en diseñar e implementar métodos con el fin de identificar y compartir los conocimientos con toda la organización. De acuerdo con este proceso es

importante plasmarlos en algún sistema con el fin de organizarlos y aplicarlos en situaciones existentes y concretas ya que permitirá desarrollar nuevas oportunidades y convertir a la organización más competitiva.

La gestión de conocimiento puede ser entendida como el proceso de transformación de la información y los activos intelectuales en valor perdurable (Calvo, 2017). Es por ello, que, frente a estos cambios, las organizaciones solo pueden crear valor mediante la gestión eficaz de sus recursos, conocimientos e ideas más valiosos para crear una ventaja competitiva sostenible, a diferencia de otras organizaciones. (Godoy, Mora y Liberio, 2016).

Por otro lado, también es importante resaltar que el clima organizacional influye en el comportamiento y percepciones de los miembros que componen la organización, por lo que debe tomarse en consideración para propiciar los espacios de transmisión de conocimiento. (Figuroa y Sotelo, 2017; Hamidian, Torres, y Lamenta, 2018; Segredo, García, López, Cabrera, Perdomo, 2015).

El clima organizacional en la actualidad ha adquirido una gran importancia y se considera parte fundamental de las estrategias de la organización. La relación que existe entre el ambiente organizacional y el ambiente existente, junto con el tipo de liderazgo gerencial que ejerce la directiva, es fundamental para una organización, ya que tiene la responsabilidad y necesidad de mejorar los servicios que brindan a los clientes. (Pereira y Solís 2019; Juárez, 2012)

Para finalizar, es necesario analizar a las empresas y ver como implementan la gestión del conocimiento y si mantienen un buen clima organizacional para crear un ambiente mucho más comunicativo con los integrantes de la organización.

MÉTODO

Como es de verse en el presente artículo científico buscamos aportar al conocimiento por lo que estaríamos siguiendo una investigación pura, así también respecto a nuestro objetivo enfocándonos en la incidencia de una variable en otra, estamos hablando de un

estudio correlacional (Hernández, Fernández y Baptista, 2014). Asimismo, en cuanto al enfoque de investigación se optó por un enfoque cualitativo pues recolectamos la información a través de guías de entrevista para posteriormente ser analizadas en el capítulo de discusión.

Al ser un estudio cualitativo, se optó por elegir a distintos Gerentes de empresas del sur del Perú, para conocer sus perspectivas sobre la gestión del conocimiento y como abordan tanto su

creación como la transmisión de conocimiento en sus organizaciones.

La guía de entrevista consta de seis (06) preguntas abiertas, las cuales han sido aplicadas a cuatro gerentes de empresas acorde a la siguiente tabla, cabe precisar que todos ellos han brindado su autorización expresa para mencionarlos en esta investigación y se les agradece enormemente su apoyo brindado.

Tabla 1.

Relación de entrevistados

Nombre del Gerente	Empresa
MBA Enrique Alejandro Cabellos Barboza	Rolling Town S.A.C.
Lic. Marco Antonio Lira Candiotti	Agencia de Publicidad CAUTIVA MARKETING
Mery Pastorita Maquera Llanque	Tiendas JUMI
Diego León Condori Fuentes	INKA SUSHI

ANÁLISIS DE RESULTADOS

Resultados de las entrevistas

Se presentan a continuación los resultados del instrumento de recolección de datos, los cuales han sido colocados

convenientemente en tablas con la intención de realizar un análisis holístico del tema, considerando e interpretando las respuestas de los Gerentes, tanto de forma individual como también de forma

conjunta.

Tabla 2.

Resultados de ítem 01 de guía de entrevista

Respecto a la pregunta 1. Indique en su opinión, ¿qué es gestión del conocimiento y cuál es su importancia?	
Gerente de Rolling Town S.A.C.	Precisó que, es la creación y recopilación de conocimiento dentro de la organización, que después es usado como una base de datos, lo cual sirve de mucha ayuda para más adelante. Asimismo, el gerente recalcó que si alguno de los trabajadores dejaba la organización, la recopilación de sus aportes no son perdidos.
Gerente de CAUTIVA MARKETING	Indica que la gestión de conocimiento se relaciona con la trasmisión de experiencia que existe entre los integrantes del área y los superiores.
Gerente de Tiendas JUMI	Manifestó que la gestión de conocimiento es importante porque se relaciona con la experiencia que uno tiene acerca de la organización.
Gerente de Inka Sushi	Refirió que está relacionado a lo que cada colaborador comprende respecto a su labor y recalcó que importante porque hay posibilidades de compartir ese conocimiento y mejorar los procesos de la organización. .

Fuente: Elaboración propia basada en la guía de entrevista

Tabla 3.

Resultados de ítem 02 de guía de entrevista

Respecto a la pregunta 2. Considera usted que, ¿es conveniente promover y difundir el conocimiento en su organización? ¿Por qué?	
Gerente de Rolling Town S.A.C.	Preciso que, sí es conveniente promover el conocimiento en su organización, puesto que ayuda en la comprensión y entendimiento de los aportes que se crean, con el fin de alcanzar los objetivos de la organización, de esta manera también beneficiaría al crecimiento de la sinergia en las áreas de para lograr un alto desempeño
Gerente de CAUTIVA MARKETING	Indicó que sí es importante, ya que ayuda a perfeccionar los procesos y mejora continua de la empresa.
Gerente de Tiendas JUMI	Manifestó que si es importante, manifestando que el conocimiento que ella logra obtener lo comparte con su personal y grupo de funcionarios, con el fin de promover y difundir su experiencia.
Gerente de Inka Sushi	Refirió que si es necesario difundir el conocimiento en la organización, ya que permite mejorar la gestión y rendimiento de la empresa.

Fuente: Elaboración propia basada en la guía de entrevista

Tabla 5.

Resultados de ítem 04 de guía de entrevista

Respecto a la pregunta 4. ¿Cuándo un colaborador en su empresa adquiere mayor experiencia y conocimientos, este lo trasmite a sus compañeros?	
Gerente de Rolling Town S.A.C.	Precisó que sí, colocando como ejemplo que, cuando alguno de sus colaboradores encuentra una forma más rápida de preparar el producto o cuando se descubre algún “atajo” en el tema administrativo, los colaboradores tienden a comunicarlo con sus compañeros, permitiendo así la reducción del tiempo y cansancio de los colaboradores
Gerente de CAUTIVA MARKETING	Manifestó que usan una estrategia, el cual se centra en unir a los colaboradores que cuenten con más experiencia junto a los colaboradores que ingresan por primera vez a la organización o tengan poca experiencia, permitiendo así fortalecer el conocimiento de cada colaborador.
Gerente de Tiendas JUMI	Manifestó que capacitan y realizan un seguimiento a todo su personal.
Gerente de Inka Sushi	Refirió que tratan que todos los colaboradores tengan el mismo conocimiento con el fin de mejorar la producción del restaurante.

Fuente: Elaboración propia basada en la guía de entrevista

Tabla 6.

Resultados de ítem 05 de guía de entrevista

Respecto a la pregunta 5. Si brindaría una capacitación al personal, lo haría únicamente a los de mayor jerarquía o capacitaría a todo el personal en general. ¿Por qué?	
Gerente de Rolling Town S.A.C.	Refirió que antes de realizar una capacitación a todo el personal, primero evalúan si el tema a tratar es enfocado al tipo de actividad que el colaborador ejerce, dicho de otra manera, si la capacitación tiene que ver con el reconocimiento de monedas, billetes o primeros auxilios es decir, un tema general lo aplican para todos, pero en caso el tema sea más detallado por ejemplo, el manejo de software por lo general se centra en el área administrativo
Gerente de CAUTIVA MARKETING	Indica que siempre que realizan algún tipo de capacitación u orientación al personal, tienen el objetivo de buscar el crecimiento de todos sus colaboradores y con ello de la empresa.
Gerente de Tiendas JUMI	Manifestó que lo hará a todo el personal ya que es importante, puesto que cada colaborador debe conocer el funcionamiento de la empresa
Gerente de Inka Sushi	Refirió que sí brindarán capacitaciones a todos en general, con el objetivo de que cada colaborador tenga conocimiento de las operaciones que deben realizar. Asimismo, acoto que esto resulta bastante útil en la medida que un compañero puede suplir a otro ante alguna eventualidad.

Fuente: Elaboración propia basada en la guía de entrevista

Tabla 7.

Resultados de ítem 06 de guía de entrevista

Respecto a la pregunta 6. En su opinión, ¿la creación y transmisión de conocimiento en su empresa influye en el rendimiento y la satisfacción de sus colaboradores?	
Gerente de Rolling Town S.A.C.	Indicó que la creación y transmisión de conocimiento sí influye en el rendimiento de sus colaboradores ya que, el enfoque de su organización no solo se centra en el trabajo puro y duro, sino en el crecimiento de las personas dentro de la organización. Al comienzo puede ser complicado porque siempre se lleva a cabo capacitaciones diarias para que el personal nuevo logre alcanzar el estándar de los demás integrantes del equipo, durante este proceso siempre se mantiene una buena comunicación y apoyo para aprender nuevos conocimientos, manteniendo siempre un buen trabajo en equipo.
Gerente de CAUTIVA MARKETING	Manifestó que realizar la propagación de conocimiento en su organización ha permitido lograr mejores resultados tanto para los clientes como para los colaboradores.
Gerente de Tiendas JUMI	Manifestó que, sí es importante y actualmente ayuda mucho a sus colaboradores, ya que adquieren conocimiento acerca de ventas, despachos, entender las necesidades de los clientes y conocer la utilidad de cada producto.
Gerente de Inka Sushi	Opinó que la transmisión de conocimiento si influye en la productividad de los colaboradores, ya que al tener mayor conocimiento en las operaciones que se realiza, permite descartar problemas futuros en los procedimientos que se realiza dentro del restaurante.

Fuente: Elaboración propia basada en la guía de entrevista

DISCUSIÓN DE RESULTADOS

De la información obtenida con el instrumento de recolección de datos podemos decir que existe una valoración a la gestión del conocimiento en las empresas entrevistadas, esto es positivo pues las cabezas de las organizaciones reconocen el valor de la creación y trasmisión del conocimiento y la incidencia que tendrá el mismo en sus organizaciones, razón por la cual

capacita, elogian y reconocen los esfuerzos de su personal.

Respecto a la primera pregunta, esta estuvo diseñada para definir si los gerentes entrevistados conocían sobre la gestión del conocimiento, al respecto se pudo observar que los cuatro entrevistados entienden qué es la gestión del conocimiento y valoran su importancia, al respecto destacar lo mencionado por el Gerente Enrique Cabellos quien indica que el conocimiento no se pierde cuando

el colaborador decide salir de la organización sino que este ya ha sido transmitido o en su defecto queda registrado como base de datos.

Continuando respecto al ítem dos, tenemos también un concilio entre los entrevistados en la medida que todos ellos ven conveniente promover y difundir el conocimiento sea para fortalecer los equipos de trabajo, perfeccionar los procesos, buscar la mejora continua y el rendimiento de la empresa; esto es positivo en la medida que existe la valoración al factor humano en las empresas.

Ahora, respecto a la pregunta tres del instrumento de recolección de datos, se tiene que todos los entrevistados refieren valorar a un trabajador que ha innovado en la manera de realizar sus actividades, en lo que difieren es en cuanto a la forma de valoración teniendo algunos que otorgan reconocimientos verbales, diplomas pero también otros que indican brindar bonificaciones económicas; lo resaltante en este aspecto es que de una u otra manera existe el reconocimiento a la innovación por lo que este espíritu permitirá que otros colaboradores también se interesen por

mejorar los procesos de la empresa.

En cuanto a la pregunta cuarta de la guía de entrevista, estaba dirigida a verificar si dentro de las organizaciones existe la disposición a la trasmisión de conocimiento, es decir compartir lo que sabemos con aquellos que aún no; dentro de las principales respuestas resaltar lo mencionado por el Gerente Marco Lira quien nos comentó una estrategia muy interesante que aplica en su empresa, y esta es agrupar a colaboradores con poca experiencia con aquellos que son bastos en este aspecto con la finalidad de que el conocimiento pueda ser transmitido; así también, la Gerente Mery Maquera menciona algo muy importante pues no solo se debe capacitar al personal sino también se debe realizar un seguimiento con la intención de verificar lo aprendido. Por otro lado, los cuatro gerentes coincidieron en que esta trasmisión de conocimiento mejora la producción de la empresa y la ayuda a alcanzar sus fines.

Continuando, respecto a la pregunta quinta, esta estuvo orientada a definir si los gerentes confiaban en la trasmisión de conocimiento por parte de los líderes de grupo hacia sus colaboradores de menor jerarquía,

encontrando respuestas muy interesantes como la del gerente Enrique Cabellos quien adecúa la cantidad del personal asistente a la capacitación dependiendo el tema; sin embargo, lo comentado por el gerente Diego León resulta también resaltante en la medida que busca capacita al personal en general con la visión a que puedan suplir funciones del compañero que por alguna eventualidad no pudo asistir a cumplirlas; todas estas respuestas nos hacen afirmar el gran valor que se la da al conocimiento dentro de sus organizaciones.

Por último, en cuanto a la pregunta sexta de la guía de entrevista, estuvo orientada a determinar si los aspectos relacionados a la creación del conocimiento influyen en el rendimiento y satisfacción de los colaboradores, resaltando lo mencionado por el gerente Enrique Cabellos quien refiere que en su organización no solo se trata de trabajo puro y duro, sino que considerar muy importante el crecimiento personal de sus colaboradores. Al respecto, los gerentes Marco Lira, Mery Maquera y Diego León reconocieron la gran influencia de la creación y transmisión de conocimientos en la mejora de la productividad de sus

organizaciones.

CONCLUSIONES

En cuanto a nuestro tema de investigación, referido a la gestión del conocimiento como factor de éxito, se puede concluir que las empresas consideran y resaltan los aspectos relacionados a la creación y transmisión de conocimientos por lo que generan espacios de diálogo, capacitación y entregan reconocimientos a aquellos que estén cumpliendo y superando los estándares de la organización; de manera transversal al reconocimiento del conocimiento como factor de éxito empresarial tenemos que este también mejora el clima organizacional de las empresas pues los colaboradores crecen profesionalmente y comparten con sus pares de manera que el clima laboral y la identidad corporativa se ven fortalecidos.

Refiriéndonos a los objetivos específicos que han sido las directrices de esta investigación, se concluye que la creación de conocimiento incide en el clima organizacional de las empresas, en la medida que las organizaciones buscan que sus colaboradores innoven en cuanto

a los procesos que realizan y valoran esa innovación a través de distintos reconocimientos lo cual fortalece la identidad corporativa; por otro lado, en cuanto a la trasmisión de conocimientos podemos concluir que incide en el clima organizacional en la medida que las organizaciones procuran que exista un ambiente de camaradería que permita que los colaboradores más experimentados puedan compartir sus conocimientos en sus equipos de trabajo.

Por último, se debe hacer hincapié en que el sector empresarial reconoce el valor de la gestión del conocimiento en sus organizaciones y no solo lo hacen por el incremento de productividad de los colaboradores, sino que también por el crecimiento personal y profesional de sus colaboradores, lo cual denota un espíritu empresarial ético y socialmente responsable.

BIBLIOGRAFIA

Blas, L. (2009). Gestión del conocimiento. Petrotecnia, 12-26. Obtenido de https://www.petrotecnia.com.ar/junio09/gest.conoc_Blas.pdf

Calvo, O. (2017). La gestión del

conocimiento en las organizaciones y las regiones. Revista de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas. Vol. 19(1), 140-163. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/tend/v19n1/2539-0554-tend-19-01-00140.pdf>

Figueroa, E. y Sotelo, J. (2017). El clima organizacional y su consecución con la calidad en el servicio en una institución de educación de nivel medio superior. RIDE Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo, 8 (15). Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/4981/498154006021.pdf>

Godoy, M., Mora, J. y Liberio, F. (2016). Gestión del conocimiento para el desarrollo de organizaciones inteligentes. Revista Publicando. 3(9). 660-673 Obtenido de https://revistapublicando.org/revista/index.php/crv/article/view/393/pdf_245

Hamidian, B., Torres, K. y Lamenta, P. (2018). Clima organizacional como gestión del conocimiento. Sapienza Organizacional, 5 (9),159-172. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=553056570008>

- Hernández, R.; Fernández, C., y Baptista, M. (2014). Metodología de la investigación. México: Editorial McGraw-Hill. 6° Edición.
- Juárez A., (2012). Clima organizacional y satisfacción laboral. Revista Médica del Instituto Mexicano del Seguro Social, 50 (3),307-314. <https://www.redalyc.org/pdf/4577/457745495014.pdf>
- Mejía, M. (2008, p 52). Modelo de gestión del conocimiento para las empresas. http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12672/2135/Mejia_pm.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Nagles, N. (2007). La gestión del conocimiento como fuente de innovación. Revista EAN, 77-88. <https://journal.universidadean.edu.co/index.php/Revista/article/view/418/412>
- Nofal, N. (2007). La gestión del conocimiento como fuente de innovación. Revista EAN, 77-88.
- Pastor Carrasco, C. (2010). Gestión estratégica par alas empresas peruanas. Facultad de ciencia contables, 199-208, 7(34). <https://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/quipu/article/view/4734/3805>
- Pérez, M. (2016). Gestión del conocimiento: orígenes y evolución. El profesional de la información, 25(4), 526-534. ¡Error! Referencia de hipervínculo no válida.
- Pereira S., y Solís M., (2019). Factores del clima organizacional: (Caso: Instituciones educacionales de San Carlos). Revista Scientific, 4 (Ed. Esp.), 95-115. https://www.indteca.com/ojs/index.php/Revista_Scientific/article/view/383/899
- Pereda, S., y Berrocal, F. (2001). Gestión de recursos humanos por competencias. Obtenido de Centro de Estudios Ramón Areces, Madrid.
- Rojas, G., y Vera, M. (2016). Cultura organizacional en la gestión del conocimiento, Revista apuntes de Administración Colombia, Vol. 1(1), 50-59. <https://revistas.ufps.edu.co/index.php/apadmin/article/view/993/940>
- Rosini, A. y Palmisano, Â. (2012). Administração de sistemas de informação e a gestão do conhecimento. 2 ed. São Paulo: Cengage Learning.
- Segredo, A. García, A. López, P. Cabrera,

P., Perdomo, V. (2015). Enfoque sistémico del clima organizacional y su aplicación en salud pública, Revista Cubana de Salud Pública, 41 (1),115-129

https://www.scielosp.org/article/ssm/content/raw/?resource_ssm_path=/media/assets/rcsp/v41n1/spu10115.pdf

pdf?sequence=1

Tello, R. y Armas, P. (2018). Gestión del conocimiento y su relación con el cumplimiento de metas de Emapa San Martín s.a. distrito de Tarapoto, 2016. Tesis para optar el Título Profesional de Licenciado en Administración. Universidad nacional de San Martín, Perú. <http://repositorio.unsm.edu.pe/bitstream/handle/11458/2965/ADMINISTRACION%20Renato%20Tello%20Pi%C3%B1a%20%26%20Paola%20Armas%20Navarro.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Vilca, Y. (2013). Modelo base para la gestión del conocimiento de empresas peruanas que realicen actividades operativas. Tesis de Master en Diseño, Gestión y Dirección de Proyectos. Universidad de Piura Perú. https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/1862/MAS_PRO_003.

GUÍA DE ENTREVISTA

Título: “La gestión del conocimiento como factor relevante del éxito de las empresas del sur del Perú”

INDICACIONES: El presente instrumento tendrá la finalidad de recaudar información sobre la gestión del conocimiento y si esta incide en el clima organizacional de su empresa, agradeceré responda con la mayor sinceridad y precisión a las siguientes preguntas:

Entrevistado:

Empresa:

1. Indique en su opinión, ¿qué es gestión del conocimiento y cuál es su importancia?

2. Considera usted que ¿es conveniente promover y difundir el conocimiento en su organización? ¿Por qué?

3. En su empresa, si un colaborador desarrolla una forma mejor o más rápida de realizar una actividad, ¿es valorado de alguna forma?

Nota: En caso su respuesta sea positiva indique como es valorado y en caso sea negativa, refiera la razón por la que no se valora.

4. ¿Cuándo un colaborador en su empresa adquiere mayor experiencia y conocimientos, este lo trasmite a sus compañeros?
Nota: En caso su respuesta sea positiva indique una situación o ejemplo y en caso sea negativa, refiera la razón por la que cree que no se trasmite.

5. Si brindaría una capacitación al personal, lo haría únicamente a los de mayor jerarquía o capacitaría a todo el personal en general. ¿Por qué?

6. En su opinión, ¿la creación y transmisión de conocimiento en su empresa influye en el rendimiento y la satisfacción de sus colaboradores?
