



“CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN 2016”

Multidisciplinario

21 y 22 de abril de 2016, Cortazar, Guanajuato, México

PENSAMIENTO ESTRATÉGICO Y SU ACCIONAR EN LA GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO EN EL SECTOR DE SALUD PÚBLICA

Ricardo Güere Nava
Médico Cirujano. Investigador Independiente
drricardojgn@gmail.com

Manuel Alejandro Nava
Estudiante Medicina. Investigador - Universidad del Zulia
manuelnava_14@hotmail.com

María G. Nava Porto
Psicólogo. Investigadora Independiente
maganava0612@gmail.com

Roland Alberto, Nava Ollarves
Licenciado en Administración, Maestrante en Gerencia de Proyecto
Universidad Nacional Experimental “Rafael María Baralt”
roland_a016@hotmail.com

Miguel Robles
Dr. Ciencias Gerenciales
Decano Postgrado e Investigación (Universidad Rafael Beloso Chacin)
miguel.roble@urbe.edu.ve

Pedro Hernández
Dr. en Educación
Profesor Universidad del Zulia
pedrojhp-20@hotmail.com

RESUMEN

La presente investigación determinar el pensamiento estratégico como accionador de la gestión del conocimiento en el sector salud. Es un estudio descriptivo, de campo, bajo un diseño transversal, no-experimental. Se sustentó con las teorías de Carrión (2007), Francés (2006), Alles (2005), De Val (2005), Vidal (2004), Iglesias y Arriola (2004), entre otros. La población estuvo conformada por 90 pertenecientes al departamento de Recursos Humanos de instituciones hospitalarias públicas. Se diseñaron dos cuestionarios, uno para cada variable,



“CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN 2016”

Multidisciplinario

21 y 22 de abril de 2016, Cortazar, Guanajuato, México

ambas con 21 ítems. La validación estuvo a cargo por el juicio de expertos y su confiabilidad a través del método de Alpha de Cronbach. Los resultados permitieron concluir que, en estas gerencias no consideran los principios como aquellos que pueden determinar la calidad del trabajo; el direccionamiento no es considerado como los propósitos que orientan las acciones y comportamientos de todas las personas de la organización, no toman en cuenta la creación de las ventajas competitivas concebidas por los procesos de gestión del conocimiento; existe relación positiva débil entre el pensamiento estratégico y la gestión del conocimiento en las instituciones hospitalarias analizadas.

Palabras Clave: Pensamiento estratégico, Gestión del conocimiento, creación de conocimiento.

ABSTRACT

This research determined the strategic thinking as an actuator of knowledge management in the health sector. It is a descriptive study, field under a non-experimental cross-sectional design. He fed them with the theories of Carrión (2007), French (2006) Alles (2005), De Val (2005), Vidal (2004), Churches and Arriola (2004), among others. The population consisted of 90 belonging to the HR department of public hospitals. Two questionnaires, one for each variable, both with 21 items were designed. Validation was conducted by expert judgment and reliability through Cronbach Alpha method. The results concluded that these managers do not consider the principles as those that can determine the quality of work; It addressing not considered as goals that guide the actions and behaviors of all people in the organization do not take into account the creation of competitive advantages conceived by knowledge management processes; There is weak positive relationship between strategic thinking and knowledge management in hospitals analyzed.

Keywords: strategic thinking, knowledge management , knowledge creation .

INTRODUCCIÓN

Toda organización ha de sistematizar su accionar, sobre la base de tener claro los cambios y transformaciones necesarias para que estas puedan desarrollar competencias diferenciadoras, formuladas y exigidas por os efectos de la globalización y las nuevas necesidades generadas por sus clientes potenciales.



“CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN 2016”

Multidisciplinario

21 y 22 de abril de 2016, Cortazar, Guanajuato, México

Es así como se requiere que quienes dirigen deben tener claro el sentido de la transformación en las que se encuentran inmersas las mismas. En tal sentido la necesidad de tales transformaciones, surge de un imperativo que orienta a hacer uso del talento humano en condiciones idóneas de operatividad, garantizando de esta manera su efectividad, es así como se requiere hacer uso de planes estratégicos que orienten la gestión de un capital humano, calificado como capital intangible, pero es quien operativiza las organizaciones en condiciones de idoneidad operativa y satisfacción de necesidades de sus clientes, tanto internos como externos.

En tal sentido, al introducirse en el mundo del conocimiento organizacional, se ha generado un nuevo paradigma de acción donde el sujeto poseedor de conocimiento, se transforma en el centro de acción de las organizaciones modernas, así se requiere que estos sujetos pongan su conocimiento al servicio de las organizaciones, de manera de sistematizarlo y orientarlo hacia su gestión de cambio, fortaleciendo así la hegemonía y posicionamiento de estas en su contexto productivo de acción.

Todo estos cambios y formulación del nuevos paradigma debe orientar, a lo interno de las organizaciones a la definición de estrategias que guíen u orienten el pensamiento estratégico y su accionar en la gestión del conocimiento del personal que labora en el sector de salud pública

SITUACIÓN DIAGNOSTICA

A nivel mundial, se han suscitado cambios significativos en función a los procesos gerenciales, como resultado de los avances tecnológicos, científicos, culturales, y humanísticos que orientan el desarrollo de las organizaciones, que orientan la necesidad, cada vez mas apremiante de sistematizar los procesos administrativos, lo que permite fortalecer un liderazgo que sea idóneo con las



“CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN 2016”

Multidisciplinario

21 y 22 de abril de 2016, Cortazar, Guanajuato, México

nuevas políticas de efectividad gerencial.

Es sabido que en los países avanzados las organizaciones públicas que surgen al amparo del Estado-nación se van complejizando a medida que se incrementan sus acciones. Por o que en la actualidad debido al incremento de necesidades del contexto, estas se complejizan, y su entorno se convierte en ser mas complejo, turbulento, incierto, caótico e imprevisible, lo cual les genera un dinamismo cambiante.

Así puede enfatizarse que el pensamiento estratégico en las organizaciones da paso a una apertura de procesos de reflexión sobre las acciones (quienes somos, quienes queremos ser, qué hacemos, porqué lo hacemos, cómo lo hacemos, cómo podríamos hacerlo mejor) y su orientación a largo plazo, poniéndolas en relación con el entorno, lo que permite orientarse hacia el ajuste entre el comportamiento de la administración con los valores socialmente aceptables y, además mostrar a la sociedad los resultados por el desempeño de sus funciones.

De lo expuesto se desprende, que un número cada vez mayor de gerentes y administradores de las diferentes organizaciones se inclinan por cambiar su tradicional forma de actuar y adoptar sus decisiones en el marco de los principios organizacionales centrados en la estrategia, así como del direccionamiento estratégico.

En concordancia con lo expuesto, este pensamiento estratégico conlleva a que las empresas se preocupen por el desarrollo de las condiciones organizacionales que faciliten la satisfacción de las necesidades de sus trabajadores, el alcance de sus objetivos individuales; de este modo, poseer personas disponibles con la cual se obtengan los objetivos de la organización, por lo que es importante conocer de qué manera existe una relación entre este pensamiento con la gestión del conocimiento, por considerar el primero como una



“CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN 2016”

Multidisciplinario

21 y 22 de abril de 2016, Cortazar, Guanajuato, México

herramienta para el logro de dicha gestión acorde con la misión y visión trazadas en ella, para el logro de las metas, toda esta acción focalizada y/o desarrollada por los sujetos inmersos en las organizaciones, por lo que se requiere se ajusten acciones que permitan gestionar a ese talento humano, poseedor de conocimiento significativo.

En ese sentido, la gestión del conocimiento en las organizaciones es una herramienta que todo gerente debe aprovechar, sabiendo que el conocimiento es un recurso que permite interpretar el entorno y brinda la posibilidad de actuar; además, se halla en las personas, en los objetos que estas personas utilizan, también en las organizaciones, en los procesos como en los contextos.

Consiste además, en optimizar la utilización de este recurso mediante la creación de las condiciones necesarias para que los flujos de conocimiento circulen mejor. Lo que se gestiona en realidad, no es el conocimiento en sí mismo, sino las condiciones, el entorno, todo lo que hace posible y fomenta dos procesos fundamentales: la creación y la transmisión de conocimiento.

Por lo tanto, la gestión del conocimiento está muy vinculada al aprendizaje en las organizaciones y se insiste en afirmar que, a partir de las percepciones del entorno organizativo una gestión del conocimiento apropiada constituye una condición para explicar la aparición y funcionamiento idóneo de los sistemas de aprendizaje, que incide en la generación y/o desarrollo de equipos de trabajos de alta acción.

Dentro de este conjunto de situaciones, los gerentes del sector salud enfrenta un panorama de incertidumbres, utilizando patrones reaccionarios alejados de toda visión estratégica, conduciendo a las instituciones, muchas veces, hacia su autodestrucción, en vez de apuntar hacia el éxito organizacional.

Sobre este particular, Huerta y De Bourg (2009, p. 129) comentan que dentro de la crisis del sistema de salud en Venezuela “los gerentes enfrentan el reto



“CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN 2016”

Multidisciplinario

21 y 22 de abril de 2016, Cortazar, Guanajuato, México

diario de resolver problemas muchas veces causando contrariamente mayores conflictos, debido a la falta de herramientas de dirección y a la precariedad de su pensamiento estratégico gerencial”, por lo que la preparación en este ámbito resulta fundamental.

MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

PENSAMIENTO ESTRATEGICO

El pensamiento estratégico es una de las herramientas más útiles que todo emprendedor o profesional podría cultivar, es una inversión de valor incalculable, principalmente porque tiene que ver con la consecución de unos objetivos y la resolución de sus problemas inherentes dentro de un marco contextual concreto. Es decir, es una herramienta para conseguir lo que se quiere, de la mejor forma y venciendo las dificultades.

Por otro lado, el pensamiento estratégico, desde el punto de vista de las organizaciones, la define Alles (2005, p, 250) como la “capacidad para comprender los cambios del entorno, establecer su impacto a corto, mediano y largo plazo en la organización; optimizar las fortalezas internas, actuar sobre las debilidades así como aprovechar las oportunidades del contexto”. Implica la capacidad para visualizar como de conducir la organización como un enfoque integral, lograr objetivos como metas retadoras que se reflejen positivamente en el resultado organizacional.

Cuando se comprende que una empresa de éxito es un sistema dinámico de realimentación no lineal que actúa en la zona fronteriza con el caos, el pensamiento estratégico debe: desarrollar continuamente modelos mentales nuevos para cada nueva situación, en lugar de aplicar las mismas prescripciones generales a muchas situaciones; razonar por analogía e intuición en torno a



“CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN 2016”

Multidisciplinario

21 y 22 de abril de 2016, Cortazar, Guanajuato, México

modelos cualitativos e irregulares, en lugar de analizar y cuantificar; entender el sistema como un conjunto interconectado, en lugar de comprender partes aisladas; anclarse en el aquí y ahora, no en el futuro; centrarse en el proceso más que en el resultado, en los modelos mentales que rigen el propio proceso.

El alineamiento estratégico es un proceso de cambio y por ello requiere un liderazgo visible de todos los niveles gerenciales de la organización. En ese sentido, Serna (2008, p. 258) considera que “la estrategia tiene que ser claramente difundida por los líderes de la organización”, por lo tanto, los gerentes en todos los niveles deben involucrarse en este proceso de difusión como condición para asegurar credibilidad en la estrategia.

De esto se desprende, que la consistencia de estos líderes que han difundido la estrategia, con su actuar diario, asegurará aún más su liderazgo y capacidad de convocatoria. Una forma de lograr esta gestión del cambio está relacionada con el testimonio de un liderazgo activo, visible en esta difusión como educación en la estrategia.

Una vez que se está clara la estrategia, se asume el reto de difundir en persona la misión, visión y estrategias de su organización. El autor señala que parte de este liderazgo va en función de hacer entender a los colaboradores el direccionamiento estratégico de su compañía, con el propósito de lograr una visión compartida y alcanzar un desempeño superior frente a sus clientes como al mercado. De allí la consistencia en las instrucciones a impartir, lo que asegura la permanencia y competitividad de la organización.

La formulación estratégica no es de corto plazo y menos aún contingente. Una estrategia tiene que ser diferenciadora, sostenible en el largo plazo y generadora de valor; concebida de otra manera, no es estrategia. Así lo refiere Serna (2008, p. 261) al explicar que la estrategia “tiene que ser un proceso continuo, flexible, revisable y ajustable frente a las variables de su entorno,



“CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN 2016”

Multidisciplinario

21 y 22 de abril de 2016, Cortazar, Guanajuato, México

producto de un análisis metódico, por tanto, no improvisado”.

En ese sentido, la estrategia debe hacer de la organización aquella que anticipa y no a una empresa que reacción; de allí su bondad. Para que esta estrategia sea un proceso continuo, debe estar alineado al modelo de gobernabilidad, el cual determina las reglas de juego para la gestión empresarial. Así mismo, el presupuesto requiere alinearse con la estrategia; esto significa un gran paso, pues la costumbre es la contraria, es decir, el presupuesto determina la estrategia.

En consecuencia, la organización debe crear los espacios para que los colaboradores puedan aprender, analizar y ajustar las estrategias que le permitan el logro de la estrategia. Éste, el aprendizaje en equipo, será el camino para que la empresa consolide una cultura orientada al pensamiento estratégico.

Para alinear la estructura con la estrategia, según Serna (2008, p. 263), “la organización debe definir el modelo de negocio”. El autor toma de Treacy y Wiserman, los tres modelos de negocio con sus características diferenciales, clasificándolos de la siguiente manera: Los negocios cuya estrategia es el liderazgo en productos. Estas empresas son flexibles, ampliamente empoderadas, innovadoras. Primero en el mercado, es condición necesaria para su éxito. Son segmentos de mercados muy selectivos en el cual el precio no es el factor diferencial.

Las organizaciones para crecer, generar utilidades y permanecer en el mercado deben tener muy claro hacia dónde va, es decir, haber definido su direccionamiento estratégico. Para Serna (2008, p.59), este direccionamiento está integrado por “los principios corporativos, la misión y visión de la organización”. Por lo que se infiere que el direccionamiento estratégico son los grandes propósitos, los cuales orientan las acciones y comportamientos de todas las personas de la organización. Significa focalizar esfuerzos y lograr solidaridad hacia propósitos



“CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN 2016”

Multidisciplinario

21 y 22 de abril de 2016, Cortazar, Guanajuato, México

comunes.

Por su parte Vidal (2004, p. 106), señala que la misión de una organización “es una declaración relativamente duradera del propósito de la misma, que la diferencia de otras empresas similares”; es en sí, una declaración de la razón de ser. Implica, por lo tanto, el identificar las necesidades existentes en la sociedad además de prever su posible evolución. De que se identifiquen y anticipen las necesidades depende la misma evolución de la organización, su sentido de responsabilidad social y ética. Así, una buena declaración de la misión describe el propósito de la organización, sus clientes, productos y servicios, mercado, filosofía y tecnología básica.

GESTION DEL CONOCIMIENTO

Todas las organizaciones son sistemas de aprendizaje en los que la necesidad de conocimiento responde al doble requisito de impulsar la capacidad de adaptación y de mejorar la eficiencia de tiempos de cambio. A fin de que tenga lugar este ajuste entre la organización y su entorno, por medio del aprendizaje, es indispensable tanto la construcción de una realidad por los miembros de la organización, como las relaciones de cambios que se producen entre ellos.

En consecuencia, el conocimiento es un valor en sí mismo, aplicado es doblemente valioso, por lo que no puede ser manejado (gestionado, dirigido) como una moda, como algo que es, luego no es. Así, el conocimiento para las organizaciones es un nuevo fundamento de la llamada ventaja competitiva, por lo tanto, es parte de la práctica organizativa (sus mejores prácticas), es información (sistemas disponibles y accesibles en soportes informáticos), es también necesidad del saber sobre lo concreto (cliente, personas, competencias, entre otros) con un objetivo singular, conseguir ser el primero, o al menos, ser menos vulnerables a la competencia.



“CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN 2016”

Multidisciplinario

21 y 22 de abril de 2016, Cortazar, Guanajuato, México

En ese sentido, Prieto (2003, p. 65), define la gestión del conocimiento como “la forma en que las organizaciones construyen, comunican y organizan el conocimiento entorno a sus actividades y dentro de sus culturas, desarrollan la eficiencia organizativa mejorando la utilización de las habilidades de sus empleados”. Es la herramienta de la organización para mantener o mejorar el rendimiento organizativo sobre la base de la gestión de sus stocks y flujos de conocimientos, actuales como potenciales, para orientar y organizar eficientemente el sistema de aprendizaje de ésta.

La creación del conocimiento consiste en procesos de conversión del conocimiento tácito en conocimiento explícito. En ese sentido, Jiménez (2003, p. 94) define el conocimiento tácito como “aquel que está en la mente de las personas, es fruto de la experiencia, creatividad y sabiduría de éstas”. No siempre es fácil de explicar con palabras, más bien, se practica, se demuestra por medio de la interacción entre las personas; incluye además, intuiciones, valores y juicios de los individuos, es totalmente dinámico. En la gestión de este tipo de conocimiento, tiene mucho que ver el propiciar una cultura a nivel de la empresa u organización, en la que se promueva la socialización y la comunicación formal e informal entre sus miembros.

Define además, al conocimiento explícito a aquel que se representa por medio de soportes documentales, audiovisuales o digitales y para gestionar este tipo de conocimiento hay que garantizar su elaboración, captura, organización, almacenamiento, difusión y acceso, tales como, los manuales de procedimientos, libros, bases de datos, entre otros.

Esta forma de gestión del conocimiento, muestra la importancia de los procesos de creación de conocimiento, yendo más allá de las propuestas tradicionales que ponen énfasis en el mero procesamiento de la información. En ese sentido, las organizaciones no solo procesan información, también las crean;



“CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN 2016”

Multidisciplinario

21 y 22 de abril de 2016, Cortazar, Guanajuato, México

tras la creación masiva de información, habrá que ofrecer interpretaciones válidas sobre ella, habrá que generar significados, siendo esto, la esencia de la tarea de organizar y de las organizaciones.

Llamada también asimilación; es el paso de conocimiento tácito a tácito, esto es, según Carrión (2007, p. 318), “cuando una persona comparte su conocimiento tácito directamente con la otra. Implica observación, imitación y práctica”. Por si sola, la asimilación es una forma bastante limitada de creación de conocimiento, ya que como este nunca se hace explícito, no se puede aprovechar por la empresa en su conjunto. Para Benavides y Quintana (2003, p. 70), la socialización del conocimiento (de tácito a tácito), consiste en “compartir conocimiento tácito y las experiencias que poseen los individuos con los demás miembros del grupo, a través del ejercicio práctico y proximidad física”.

Es denominada como expresión, la cual, de acuerdo con Carrión (2007, p. 318), es el paso de conocimiento tácito a explícito, consiste en expresar formalmente el conocimiento tácito”. Por su parte Benavides y Quintana (2003, p. 70), la externalización del conocimiento (de tácito a explícito), supone el “proceso de transformación de los conocimientos de los individuos como grupos en conocimientos codificados y explícitos”.

Complementan Chiva y Camisón (2002, p. 137), que “el proceso de exteriorización o conversión de conocimiento de tácito en explícito es fundamental en el crecimiento de la empresa”, esto es debido a que sin esta articulación sería difícil involucrar a todos los miembros de la organización, así como gestionar la división del trabajo y permitir la valoración crítica del conocimiento.

Una de las primeras actividades en la gestión del conocimiento es la identificación o realización de un mapa del stock de capital intelectual que reside en la empresa en sus diferentes niveles (individual, grupal y organizacional), que, según Benavides y Quintana (2003, p. 75) puede ser accesible e intercambiable



“CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN 2016”

Multidisciplinario

21 y 22 de abril de 2016, Cortazar, Guanajuato, México

por todos sus miembros. Explica que la identificación del conocimiento “implica las actividades de localizar, acceder, valorar, así como filtrar dicho recurso”.

Una vez desarrollada la dirección estratégica, hay reflexionar e identificar el conocimiento requerido para su consecución. Con toda esta información se podrá calcular cuál es la brecha existente entre el capital intelectual actual como el futuro deseado, lo que proporciona pistas sobre las líneas futuras de actuación.

La etapa de generación de conocimiento incluye las actividades de creación, adquisición, síntesis, fusión y adaptación, suele presentar un carácter caótico y no sistemático. Según Benavides y Quintana (2003, p. 77), “es una etapa fundamental para la viabilidad a largo plazo de las empresas, dado que la generación continua de nuevo conocimiento les permite adaptarse al medioambiente”. La creación y adquisición constituye el primer paso de la cadena de valor del capital intelectual, parte de la interacción entre el conocimiento tácito y explícito, en sus dos consideraciones, individual como social.

La distribución del conocimiento es una función esencial. Desde una perspectiva individual, la creación y adopción pueden ser suficientes para completar el ciclo de desarrollo de conocimiento. Sin embargo, desde el punto de vista organizacional, la distribución y revisión del conocimiento son fundamentales para que éste adquiera un carácter colectivo. Al respecto Benavides y Quintana (2003, p. 84), explican que una de las tareas gerenciales “debe consistir en facilitar los procesos de interacción entre los individuos y hacerles sensibles hacia los estímulos ambientales para ampliar continuamente el conocimiento base de la organización”.

METODOLOGÍA UTILIZADA

Es un estudio fue de tipo descriptivo de campo, con un diseño transversal, no experimental, correlacional, debido a que busca determinar la relación entre el



“CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN 2016”

Multidisciplinario

21 y 22 de abril de 2016, Cortazar, Guanajuato, México

pensamiento estratégico y la gestión del conocimiento. La población estuvo conformada por 90 empleados del departamento de recursos humanos de las Instituciones hospitalarias públicas del estado Zulia.

En este estudio se utilizó como técnica de recolección de datos la encuesta y la observación directa. Del mismo modo, se diseñaron dos cuestionarios conformado por 21 preguntas para cada variable, en escala Likert, es decir, se presenta con alternativas de respuestas, siempre, casi siempre, algunas veces, casi nunca, nunca. Dichos instrumentos o cuestionaron fueron validados y aplicados la prueba de confiabilidad. Y que luego de su aplicación y tabulación de la información recolectada, se llegaron a las siguientes conclusiones

CONCLUSIONES

En función de los resultados obtenidos, conjuntamente con las confrontaciones realizadas con las teorías desarrolladas, se presentan los argumentos para cada uno de los objetivos formulados en esta investigación, lo cual constituyen las conclusiones de este estudio.

.- Los principios de la organización centrada en la estrategia identificados en las organizaciones del sector salud, no se cumplen, es decir, no son tomados en cuenta el liderazgo en la gestión del cambio, hacer de la estrategia un proceso continuo, alinear la estructura organizacional con la estrategia y hacer de la estrategia parte integral del día a día de los colaboradores. Estas conclusiones ponen de manifiesto que en las gerencias de las instituciones hospitalarias no consideran estos principios como aquellos que pueden determinar la calidad del trabajo.

.- Se determinó que el direccionamiento estratégico llevado a cabo en las organizaciones del sector salud se caracterizan por no tener claro sus principios



“CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN 2016”

Multidisciplinario

21 y 22 de abril de 2016, Cortazar, Guanajuato, México

corporativos, como su misión y visión. Con esta determinación, en las gerencias señaladas, se demuestra que dicho direccionamiento no es considerado como los propósitos que orientan las acciones y comportamientos de todas las personas de la organización, puesto que no focaliza esfuerzos ni buscan solidaridad hacia propósitos comunes.

.- Diagnóstico del proceso de creación de conocimientos ejecutados en las organizaciones del sector salud no es el asertivo, por cuanto sus miembros gerenciales no toman en cuenta los procesos de socialización, exteriorización, combinación e interiorización. Conclusión que se extrae al evidenciarse su incapacidad de ir más allá de las propuestas tradicionales que ponen énfasis en el solo procesamiento de la información, destacándose con ello el no ofrecer interpretaciones válidas sobre ella, ni generar significados como esencia de la tarea de organizar y de las organizaciones.

.- No se considera el proceso de gestión del conocimiento a ser implementado en las organizaciones del sector salud, es decir, no están presentes las etapas de éste como son: la identificación y medición, la generación, así como el acceso y transferencia

RECOMENDACIONES

Sobre la base de las conclusiones dadas, se plantearon las siguientes recomendaciones:

- Promover programas formales, bajo la modalidad de Diplomados, dirigidos a todo el personal gerencial, con el objetivo de formarse en el desarrollo del pensamiento estratégico que permita expandir su disposición y capacidad de guía, con la intención de llegar a ser el líder moderno, capaz de llevar a cabo una buena gestión del conocimiento, fortaleciendo su equipo de trabajo y encaminándolo al alcance de una calidad de servicio.



“CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN 2016”

Multidisciplinario

21 y 22 de abril de 2016, Cortazar, Guanajuato, México

- Aplicar procesos de Coaching al personal gerencial de las instituciones con el objetivo de guiar y fortalecer su desarrollo como desempeño, el cual involucre el análisis de estrategias dirigidas al logro del proceso de la gestión del conocimiento, cuyo propósito sea el fortalecimiento de todo su personal.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alles, M. (2005). Diccionario de comportamientos. Editorial Granica. Buenos Aires. Argentina.
- Benavides, C. y Quintana, C. (2003). Gestión del conocimiento y calidad total. Editorial Díaz de Santos. Madrid. España
- Carrión, J. (2007) Estrategia: de la visión a la acción. Editorial ESIC. Madrid. España.
- Chiva, R. y Camisón, C. (2002). Aprendizaje organizativo y sistemas complejos con capacidad de adaptación. Editorial Publicaciones de la Universitat de Jaume. España.
- Jiménez, F. (2003). Revista Aibda, Volúmenes 25-27. Editorial Asociación interamericana Bibliotecaria. San José. Costa Rica.
- Prieto, I. (2003). Una valoración de la gestión del conocimiento para el desarrollo de la capacidad de aprendizaje en las organizaciones: propuesta de un modelo integrador. Tesis doctoral. Facultad de Ciencias Económicas y Sociales. Universidad de Valledolit. España.
- Vidal, E. (2004). Diagnóstico Organizacional: evaluación sistémica del desempeño laboral. Editorial Eco Ediciones. Bogotá. Colombia.