

La planificación y la búsqueda de información en la gestión del conocimiento para el desarrollo de las empresas y organizaciones frente a los nuevos retos de la globalización

*Maria de Fatima Garbelini**
*Jeronimo Moreira de Oliveira***

Resumo

O artigo aborda a globalização em suas diversas interfaces, destacando a sua relação com as empresas e as organizações, principalmente na América Latina. O estudo debate o novo cenário da informação e o impacto das novas tecnologias, dando ênfase à questão da gestão do conhecimento.

Palavras-chave: globalização, tecnologias da informação, gestão do conhecimento.

Resumen

El presente artículo presenta un panorama general y reflexiona con respecto a la globalización y sus efectos en las empresas y organizaciones de Latinoamérica frente a los nuevos retos del mercado competitivo. También se expone la importancia de la información como agente de profundas transformaciones en el ámbito de las empresas, actualmente consideradas como organismos sociales inteligentes, para la consolidación de productos, servicios y sistemas de información en la sociedad del conocimiento. Se propone además en el ámbito de la ingeniería y gestión del conocimiento propuestas en función del mejoramiento de la gestión de recursos humanos en los procesos de toma de decisión, calidad de productos y servicios; indicando medidas que deben ser consideradas por las empresas y organizaciones para atender de manera global la nueva

* Professora da Universidade Federal de Goiás, Doutoranda da Universidad de Murcia - Espanha.

** Professor da Universidade Católica de Goiás, Doutorando da Universidad de Murcia - Espanha.

demanda del mercado competitivo. En los escenarios actuales de la globalización las reflexiones tratadas permitirán concluir a favor del uso adecuado de las redes de comunicación e información para la eficiencia en las empresas y organizaciones.

Palabras clave: Globalización / Gestión del conocimiento en las empresas / Gestión de recursos humanos / Sociedad del conocimiento/ Información empresarial.

1 Introducción

La globalización es un proceso que con el fortalecimiento de la información vía satélite ha disminuido las diferencias geográficas y culturales entre los pueblos, pero hay que recordar que este proceso nació con el capitalismo cuyo el primer paso está asociado a las grandes navegaciones de los siglos XV y XVI. Obviamente es también la globalización un fenómeno de nuestro tiempo sobre todo en las comunicaciones, en la información, en la informática y en el avance de la ciencia, pero tendremos que adecuar nuestras realidades locales. Debemos preguntar si la globalización está permitiendo las mismas oportunidades para todos o esta ayudando solamente los pequeños grupos. Según datos de las Naciones Unidas, en el periodo de 1990 a 1995 el nivel de miseria si ha aumentado de 1,2 billones para 1,6 billones, 20% de los países más ricos del planeta tiene 86% del PIB mundial y el paro está en el ámbito igual a los años 30.

La globalización genera y acumula riqueza, pero no está distribuyendo, los ricos están con más patrimonios y antes que era solamente en Latinoamérica, sur de Asia y en Africa que había muchas desigualdades sabemos que hoy en países de Europa Oriental y Occidental hay muchos problemas considerados como efectos de la globalización.

Un aspecto positivo de la globalización es que amplia a través de la tecnología la posibilidad del cambio de experiencias internacionales, ayudando en las soluciones supranacionales que mejoran la vida de los pueblos y es cierto que la globalización también integra los mercados mundiales. Hay una mayor mundialización de culturas, un nuevo modelo en las exigencias cuanto a los atributos de los trabajadores y nuevas técnicas de trabajo en las organizaciones. Todo está asociado a la aceleración y cambio en los métodos de trabajo por la necesidad de nuevos productos con más calidad y por el aumento de la

competitividad. El mercado esta más agresivo con la globalización y las empresas están descubriendo el valor de la información para sus negocios. La Internet permite que los datos y informaciones lleguen para cualquier persona o organización. Mismo con tantas posibilidades tecnológicas los países en desarrollo a veces tienen problemas con los costos de las telecomunicaciones por el precio de estos servicios. Tendremos que reflexionar el pensamiento: “En la sociedad de la información predomina el derecho del uso y no el derecho de propiedad y el principio que predomina es de la competición”¹. También hay otra reflexión interesante : “La sociedad de la información pondrá si transformar en un espacio más desigual de la que nosotros pondríamos esperar, donde puede dominar los intereses de los más ricos”².

2 Empresas e Nuevos Retos con la Globalización

En este nuevo escenario, en las empresas no hay mucha referencia de territorialidad porque la globalización está asociada al progreso de las telecomunicaciones, hay una disponibilidad de información en tiempo real y también las empresas viven la lógica de la mayor cualidad con el menor precio. La nueva filosofía del libre comercio apoyada por la revolución de las telecomunicaciones está imponiendo una nueva estrategia porque las unidades de negocios están distribuidas por el mundo, las informaciones están en las infovias con seguridad permitiendo descentralizar las actividades y centralizar la administración.

Las nuevas dimensiones de la globalización exigen un sistema mundial de redes privadas entre los principales banco de datos, empresas y servicios. Con estas redes mundiales corporativas está permitiendo a las empresas una mayor relación con la producción y marketing alrededor del mundo. Según Pontes (1994) la implantación de estas redes está relacionada al aumento del valor agregado de la información en los bienes y servicios, difusión de tecnologías para el procesamiento y distribución de estas informaciones y tecnologías de información. Hay también según el mismo autor un cambio en las relaciones del mundo empresarial, una vez que migrar de una economía estable y controlada para otra basada en ordenadores, información y conocimiento y esto todo representa una transferencia de poder.

Observamos que con todas estas transformaciones de modelos económicos el nuevo modelo de organización impone un mayor espíritu de cooperación, formación de redes de empresarios y empresas más

competidoras. En todas las empresas hay un proceso que integra personas, equipos y herramientas, actualmente en el ámbito de la ingeniería y gestión del conocimiento el objetivo es encontrar un punto de equilibrio que denominamos PED (Punto de Equilibrio Dinámico) de la organización que integran personas, empresas, tecnología y procesos. Mediante tareas que se asignan a cada componente humano en una organización, tenemos que distribuir y analizar los niveles de competencia del conocimiento de manera que obtengamos buenos resultados para la gestión de recursos humanos. Proponemos algunos elementos que componen el PED:

PERSONAS

- Motivación e incentivo;
- Facilidad de comunicación;
- Empatía;
- Equipo integrado;
- Integración entre clientes y miembros del equipo de la empresa;
- Expectativas realistas;
- Participación de los clientes en el producto y/o servicios;

PROCESOS

- Metas y planificación sin exageración;
- Gestión de riesgos calculados;
- Contratación del equipo equilibrado;
- Aprovechamiento del tiempo;

TECNOLOGÍA

- Quitar la idea de síndrome de la panacea;
- No sobrestimar las ventajas del empleo de nuevas herramientas o métodos;
- Tener conocimiento teórico y práctico de la herramienta empleada en el proyecto.

3 Experiencia Latinoamericana

Latinoamérica actualmente busca recuperar importantes etapas de su desarrollo retardados al lo largo del siglo. La integración del Mercosur es una buena actitud porque no puede existir una globalización sin una cantidad correspondiente de regionalización que pueda posibilitar

ser más y sumar más. El desafío será consolidar su propia integración regional y acreditamos que todo deberá ser realizado con modelos y proyectos realistas en conformidad de sus capacidades, acciones conjuntas en todos los ámbitos para crear condiciones de competitividad con países de Europa y otras regiones del globo con la finalidad de participar de la economía globalizada.

Actualmente con el mercado más agresivo y el capital extranjero muy presente en los países latinoamericanos, los gobiernos de manera general de estos países están adoptando una política de privatización. En el caso del Brasil por ejemplo, las empresas tuvieron que introducir modificaciones en sus estrategias de competición, muchas están desapareciendo o están cerrando sus puertas porque no consiguen competir con las grandes multinacionales que ahora con la apertura de las fronteras tienen facilidades para entrar en este mercado latino.

Hay una experiencia muy interesante con la creación del llamado proyecto MERCOCIDADES, es una red de ciudades y empresarios con el objetivo de estructurar juntos intercambios de experiencias, debates e acciones conjuntas para establecer negocios internacionales comunes. Participan varias ciudades que están en la región centro-sur de Brasil, Buenos Aires, Asunción y Montevideo. Esta red hace promoción de encuentros entre los empresarios para también incentivar negocios entre las empresas de estas consideradas Mercocidades. Hay un esfuerzo conjunto para fortalecer potencialidades con la finalidad de participar en este nuevo mercado, porque por ejemplo en esta región del sur de Latinoamérica hay un potencial de mercado de más de 200 millones de consumidores.

4 Conclusiones

Delante de las transformaciones en las organizaciones por la globalización y la convergencia de los medios de comunicación, los países considerados periféricos tendrán un doble dilema: el imperativo económico-político de entrar en el contexto de las naciones más desarrolladas y la voluntad social-cultural de preservar sus aspectos específicos históricos.

No tenemos dudas que esta dinámica del proceso de la globalización debe generar nuevas posibilidades de desarrollo local, regional, nacional e internacional. Sin embargo tendremos una competitividad distinta,

será necesario capacitar al ciudadano, el consumidor, el empresario, el ejecutivo y el trabajador para una educación más creativa, una cualificación profesional más específica para una vivencia en este ambiente más cognitivo.

Acreditamos además que es bueno reflexionar el pensamiento de Mohammed Elhaji: "Globalización no es cantar en inglés para parecer más con los pueblos del centro y llegar un día a vender a nosotros mismos la ilusión de que seamos iguales, pero sí imponer con fuerza nuestras diferencias. Necesitaremos también de elaborar fórmulas que aseguren nuestra originalidad para no perder los parámetros éticos y estéticos".

En el ámbito empresarial debemos buscar nuevos mercados y invertir especialmente en información y comunicación para integrarse en este nuevo escenario mundial. Las nuevas tecnologías constituyen un desafío para los sectores y regiones no preparadas para acompañar los cambios tecnológicos y sociales, pero permiten a las organizaciones una mayor relación con muchas organizaciones correspondientes a su interés en nivel regional o internacional independiente de sus capacidades materiales y humanas. Las empresas también deben estar atentas con algunos aspectos para una mayor seguridad de su permanencia en el mercado:

1. Adecuación de sus productos y servicios;
2. Optimización del uso de recursos;
3. Innovación tecnológica y materiales;
4. Racionalización de métodos de producción;
5. Atender a las normas internacionales;
6. Valores y aspectos culturales con precios competitivos.

Abstract

This article focuses the globalization in some of its various interfaces, emphasizing its relations with the companies and organizations, mainly in Latin America. This study debates the new information environment and the impact of new technologies, giving emphasis to the subject on the administration of the knowledge.

Key words: globalization, technologies of information, administration of the knowledge.

Notas

- ¹ MASUDA, Yoneji. *A sociedade da informação como sociedade pós-industrial*. Tradução de Kival Chaves Webwe e Angela Melin. Rio de Janeiro: IPEA, 1996.
- ² DAHOS, Peter. Information feudalism in the information society. *The information society*, [S.l.], v.11,n. 3, p. 209-222, 1995.

Referências

- ALVIN, Paulo César Rezende de Carvalho. O papel da informação no processo de capacitação tecnológica das micro pequenas empresas. *Ciência da Informação*, Brasília, v. 27, n. 1, p.28-35, jan./abr. 1998.
- BORGES, Monica Erichsen Nasif. A informação como recurso gerencial das Organizações na sociedade do conhecimento. *Ciência da Informação*, Brasília, v. 24, n. 2, p. 45-57, 1999.
- ELHAJJI, Mohammed. Novas estratégias organizacionais no cenário global. *Ciência da Informação*, Brasília, v. 29, n. 2, p. 200-214, maio/ago. 1999.
- MIRANDA, Antonio Lisboa Carvalho de. Globalización y sistemas de información: nuevos paradigmas y nuevos desafios. *Ciência da Informação*, Brasília, v. 3, n. 3, p. 210- 216, 1996.
- REVISTA MERCOSUL. Terceiro Milênio, Rio de Janeiro, set. 1999.
- TOFLER, Alvin. *Powershift: as mudanças do poder*. Rio de Janeiro: Record, 1990.