

UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



**La gestión del conocimiento en la empresa Distribuciones Alper
S.A.C., Jaén 2021**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

AUTOR

Diana Medaly Agreda Gonzales

ASESOR

Valeria Tamara Llontop Hernandez

<https://orcid.org/0000-0003-0417-0544>

Chiclayo, 2023

**La gestión del conocimiento en la empresa Distribuciones Alper
S.A.C., Jaén, 2021**

PRESENTADA POR
Diana Medaly Agreda Gonzales

A la Facultad de Ciencias Empresariales de la
Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo
para optar el título de

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

APROBADA POR

Luis Alberto Ubillus Ubillus
PRESIDENTE

Julio Mario Anteparra Bances
SECRETARIO

Valeria Tamara Llontop Hernandez
VOCAL

Dedicatoria

La presente investigación está dedicada en primer lugar a Dios, ya que gracias a él pude tenerla guía y protección en cada paso a lo largo de mi vida; en segundo lugar, a mis padres, Fani y José, puesto que ellos han sido mi motivación y apoyo incondicional durante esta travesía; a mis abuelos, Guillermina y Castinaldo, porque han sido mi fuente de valores y sabiduría, preparándome para hacer el bien en la vida; a Ruth, mi tía, por encaminarme en mi vida profesional y ser constante con ello. A todos, les dedico algo de lo mucho que merecen.

Agradecimientos

A la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, porque con su plana docente, han logrado ser parte de mi formación profesional, siendo base fundamental para mi desenvolvimiento en la vida laboral; a mi asesora, Valeria Llontop, por creer en mi investigación siendo motivación en el proceso, brindándome y compartiéndome su calidad humana, conocimiento y experiencia.

Gestión del conocimiento en la empresa distribuciones Alper S.A.C., Jaén 2021

INFORME DE ORIGINALIDAD

9%	8%	1%	2%
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	revistavirtual.ucn.edu.co Fuente de Internet	1%
2	revistas.udistrital.edu.co Fuente de Internet	1%
3	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	1%
4	tesis.usat.edu.pe Fuente de Internet	1%
5	Submitted to Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo Trabajo del estudiante	<1%
6	repositorio.uladech.edu.pe Fuente de Internet	<1%
7	www.urbe.edu Fuente de Internet	<1%
8	documentop.com Fuente de Internet	<1%

Índice

Resumen	6
Abstract	7
Introducción.....	8
Revisión de literatura.....	10
Materiales y métodos	15
Resultados y discusión	17
Conclusiones	26
Recomendaciones	27
Referencias.....	28
Anexos	34

Resumen

En la presente investigación se propuso como principal objetivo determinar el nivel de gestión del conocimiento de la empresa Distribuciones Alper S.A.C. de Jaén en el año 2021; mientras que a nivel específico; identificar el nivel de adquisición, intercambio y aplicación de los conocimientos. Ello, considerando que actualmente la empresa viene trabajando en la gestión de conocimiento, puesto que en sus procesos es necesario que los colaboradores estén bien informados para desarrollar tareas administrativas y técnicas, lo que implica el uso de diversa tecnología. Ante ello, se desarrolló como diseño metodológico un estudio de tipo aplicada, enfoque cuantitativo y nivel descriptivo, no experimental y transversal, tomando en cuenta una población constituida por los 57 colaboradores de la empresa, a quienes se les administró un cuestionario como parte de la recolección de los datos. Como principales resultados, se obtuvo que el 52,63% de los colaboradores percibe la adquisición del conocimiento en un nivel medio, el 68,42% considera el intercambio del conocimiento en un nivel medio; mientras que, otro 68,42% señala a la aplicación del conocimiento también en un nivel medio. Por lo que a nivel general se concluyó que existe un nivel medio o moderado en la gestión del conocimiento de la empresa Distribuciones Alper S.A.C. Jaén, 2021 de acuerdo a la percepción del 66,7% de los colaboradores encuestados.

Palabras clave: Gestión del conocimiento, administración del conocimiento, transferencia de conocimiento.

Clasificación JEL: M10, M19, M59

Abstract

The main objective of this research was to determine the level of knowledge management of the company Distribuciones Alper S.A.C. Jaén, 2021; while at a specific level; to identify the level of acquisition, exchange and application of knowledge. This, considering that the company is currently working on knowledge management, since in its processes it is necessary that employees are well informed to develop administrative and technical tasks, which involves the use of various technologies. In view of this, an applied study was developed as a methodological design, quantitative approach and descriptive, non-experimental and transversal level, taking into account a population constituted by the 57 collaborators of the company, to whom a questionnaire was administered as part of the data collection. As main results, it was obtained that 52.63% of the collaborators perceive the acquisition of knowledge at an average level, 68.42% consider the exchange of knowledge at an average level; while another 68.42% point out that the application of knowledge is also at an average level. Therefore, it was concluded that there is a medium or moderate level of knowledge management in Distribuciones Alper S.A.C., 2021 according to the perception of 66.7% of the employees surveyed.

Keywords: Knowledge management, knowledge administration, knowledge transfer.
JEL Clasifications: M10, M19, M59

Introducción

A lo largo de los años el ser humano ha generado una serie de conocimientos producto de sus experiencias con el mundo que lo rodea, de esta manera a medida que dichos conocimientos se han ido integrando a la sociedad ha permitido que con el apoyo tecnológico las sociedades también hayan ido evolucionando (Agudelo et al., 2018); pasando del periodo en el que la productividad industrial era lo más importante a una época donde la generación de una economía del conocimiento es esencial siendo materia fundamental el capital intelectual (Cuello-Cojitambo et al., 2020).

Ante ello, la gestión del conocimiento, se ha transformado en uno de los elementos centrales que de la mano de la innovación han permitido el desarrollo de ciencia, tecnología e innovación en las organizaciones (Velásquez, 2021). En la economía del conocimiento, se conceptualiza como un factor indispensable para la innovación y la competitividad de las entidades (Giraldo, 2018).

Asimismo, ello apoya a las compañías a identificar, crear o adquirir conocimiento tanto explícito como tácito, promueve su flujo y fomenta una utilización eficiente y eficaz del mismo para los beneficios organizacionales (Correa-Díaz et al., 2019). Las empresas, que siguen el enfoque de gestión de conocimiento, logran orientarse de una mejor manera (Esquivel et al., 2017). En consecuencia, esta variable actúa como una corriente empresarial dominante, mejorando la deliberación y toma de toda decisión estratégica propia de los colaboradores de la organización (Muhammad y Qamar, 2018).

Asimismo, las nuevas tecnologías benefician en el cambio los esquemas de consumo y producción, lo que también se involucra en los cambios en los productos y empresas. Esos cambios requieren esfuerzos atrevidos por parte de las compañías, que requieren monitorear y adherirse a diversas fuentes de conocimiento (como consumidores, competidores y sus propios empleados), para incorporar ese conocimiento en innovaciones de valor e impacto, para monitorear la evolución de los mercados y sus nuevos desafíos e incorporar esas dinámicas en la estrategia corporativa (Bolisani y Bratianu, 2017).

A nivel internacional, las empresas que desean aumentar la inversión orientada a la creación de conocimiento para que puedan construir nuevos productos, servicios o procedimientos. Es así que, las representaciones novedosas y creativas encuentran muy seguido su camino por medio de potencias externas que dominan el mercado o se realizan mediante la cooperación con corporaciones académicas y laboratorios de investigación, o también alternativamente, pueden originarse como resultado de la singularidad e idea del personal de la empresa (Grinmsdottir y Runar, 2018).

Países vecinos como Colombia saben que el sector empresarial moderno se caracteriza por las constantes fluctuaciones, cambios complejos que brindan gran importancia al conocimiento, reconociéndolo como un factor de importante consideración en el progreso de toda empresa, puesto que el conocimiento representa un gran activo y una vasta fuente de riqueza (Rincón, 2017).

Si bien es cierto, la variable no se encuentra desarrollada en el contexto nacional con mucha frecuencia, asimismo, el planteamiento de la variable tampoco se ha realizado en alguna empresa de la localidad, por lo que debido a ello resulta interesante estudiar la gestión de conocimiento en una empresa privada del ámbito local, teniendo en cuenta que actualmente las empresas se basan en conocimientos tanto internos como externos permitiendo el avance en los procesos de manera continua. Ante ello, las Pymes que se encuentran compitiendo en un mercado que se basa en la economía del conocimiento, pueden optimizar valiosamente sus ventajas competitivas y su potencial empresarial, en la disposición en que la gestión de su conocimiento sea mucho más superior que la de su competencia (Pinzón Castro et al., 2019).

En la ciudad de Jaén, departamento de Cajamarca, se encuentra localizada la distribuidora Alper S.A.C., que es una empresa distribuidora de bebidas gaseosas de la corporación Lindley, la cual fue fundada en el año 2013 y que actualmente sigue vigente en el mercado. Hoy en día, en la organización se trabaja la gestión de conocimiento, puesto que en sus procesos es necesario que los colaboradores estén bien informados para desarrollar tareas administrativas y técnicas, lo que implica el uso de diversa tecnología, pero tampoco se encuentra ajeno a la realidad que está ocurriendo en la sociedad, para lo cual ha tenido que informarse y evitar futuros riesgos. Al respecto, la gerencia de la empresa tiene la voluntad de continuar destinando mayor inversión para aumentar los conocimientos en los diversos procesos clave de la organización; sin embargo, aún no existe evidencia de los niveles actuales de dichos componentes.

Por lo tanto, se establece la siguiente pregunta de investigación: ¿Qué nivel de gestión del conocimiento tiene la empresa Distribuciones Alper S.A.C., Jaén, 2021?

La presente investigación resulta pertinente para la organización dado que en la actualidad desconoce cuál es el nivel de su gestión del conocimiento, tal y como fue manifestado en una conversación previa con el gerente de la empresa, de manera que a partir de ello se puedan tomar mejores decisiones en beneficio de esta. Asimismo, es relevante porque se ejecuta bajo una base teórica desarrollada en un contexto internacional, planteando un modelo que ya ha sido aplicado a otras empresas para dicho fin, permitiendo así identificar la situación real en cuanto a esta variable. Por consiguiente, se podría tomar de referencia para

futuros estudios u organizaciones que deseen conocer el nivel de su gestión del conocimiento o continuar con investigaciones de mayor profundidad y así lograr mejores procesos, o en su defecto conocer qué se puede mejorar. Ante ello, el principal objetivo fue determinar el nivel de gestión del conocimiento de la empresa Distribuciones Alper S.A.C., Jaén 2021. Así también, a nivel específico se propuso: identificar el nivel de adquisición de conocimientos, identificar el nivel de intercambio de conocimiento e identificar el nivel de aplicación del conocimiento, en la empresa Distribuciones Alper S.A.C., Jaén 2021.

Revisión de literatura

Giraldo (2018), desarrolló su estudio con la finalidad de indagar acerca de la gestión del conocimiento en organizaciones colombianas, concluyó que ello cobra un papel táctico en las empresas como parte de las competencias blandas necesarias en los colaboradores, siendo un referente para la toma de decisiones. Así también, Mardani et al. (2018) manifiesta que el vínculo cuantitativo entre la gestión del conocimiento, la innovación y el desempeño en empresas iraníes impactan directamente e indirectamente en el aspecto organizacional mediante de un alza en lo que respecta a capacidad de innovación. Mientras que, Kunzel et al. (2018) afirman que los tipos de procesos de gestión del conocimiento que adoptan las empresas y cómo estos acuerdos se relacionan con la innovación, hallando que estas adoptan acuerdos de gestión de conocimiento imparciales.

De acuerdo con los aportes de Grinmsdottir y Runar (2018) la gestión del conocimiento y la creación de conocimiento en pequeñas y medianas organizaciones en Islandia tienden a preferir estrategias de adentro hacia afuera de creación abierta, por otro lado, las empresas de baja tecnología prefieren estrategias de afuera hacia adentro. Al respecto, Muhammad y Qamar (2018) concluyeron que la difusión de conocimientos y la capacidad de respuesta al conocimiento influyen significativamente en las capacidades de una organización para producir resultados innovadores. Mientras que, en el contexto nacional, Espinoza (2020), encontró que algunos de los aspectos a tomar en cuenta son la capacidad para sistematizar conocimientos, trabajar en un entorno de mejora continua e impactar favorablemente en los procesos del desarrollo de competencias laborales.

De igual manera, Samana (2019), sostiene la importancia en cuanto a la gestión del conocimiento con el objeto de forjar mayor desarrollo organizacional, determinando que el 18,3% de los colaboradores en una empresa nacional percibe un bajo nivel de la gestión del conocimiento, el 66,7% lo percibe en un nivel medio y el 15,0% en un nivel bajo. Al igual que Velásquez (2018), quien buscó determinar alguna asociación con la efectividad organizacional, concluyó que el 28% de los colaboradores de dicha organización consideraron en un nivel bajo

a la gestión del conocimiento, seguido de un nivel medio de acuerdo al 46% y un nivel alto de acuerdo al 26% de los encuestados, evidenciando valoraciones con mayor prevalencia en los niveles medios.

Al introducirse en la gestión del conocimiento esta debe partir de una presentación epistemológica de lo que es conocimiento como parte de la capacidad de saber hacer, asociada a capacidades de interpretación y uso de conceptos (Jiménez et al., 2001). Es así que, de esta manera la gestión del conocimiento tiene su base en la correcta administración de recursos que permiten a las empresas desarrollarse, adquiriendo y compartiendo capitales intelectuales. Una correcta gestión del conocimiento facilita la puesta en marcha del modelo de gestión, lo cual impacta de forma positiva en la planificación y delegación de funciones, permitiendo a la compañía el cumplimiento de sus objetivos (Gálvez et al., 2017).

La denominación “gestión del conocimiento” fue empleada por vez primera por Karl Wiig en 1986, definiéndolo como un constructo sistemático de conocimiento, el cual se encuentra en constante actualización, maximizando de esta manera su efectividad en el desarrollo de la empresa (Benavides y Pedraza-Nájar, 2018). A la fecha, éste ha evolucionado considerablemente (González y Álvarez, 2019; Triana et al., 2018).

Para una gran parte de empresas, la gestión del conocimiento es concebido como el correcto manejo del capital intelectual que se ejecuta en la generación de valores agregados, no obstante, dicho conocimiento se encuentra limitado a la información que manejan las empresas, quienes recurren el empleo de TIC'S buscando actualizar sus ideas (González Millán et al., 2019). Cuando el conocimiento es generado por y para los colaboradores dentro de una empresa, se configura como componente esencial en la gestión del conocimiento, empleando la información en la deliberación y toma de decisiones, así también en la elaboración y ejecución de ventajas competitivas; contribuyendo a la persistencia de las empresas en el mercado (Mora, 2018).

Por otro lado, el conocimiento se presenta como la suma de información y datos procesados que poseen las personas acerca de temas específicos, cuyas bases están dadas en la ciencia y experiencias personales (Rincón, 2017). De esta manera, el conocimiento es el elemento central y pieza clave para la innovación, que permite aportar valor a las empresas, enmarcándose de acuerdo a un modelo definido de gestión.

En un ambiente profesional, la gestión del conocimiento es un componente cada vez más característico de la ventaja competitiva sostenible y proporciona beneficios a largo plazo para las empresas (Darroch y McNaughton, 2002). Beijerse (1999) indica que la gestión del conocimiento es el producto de las metas por medio de la motivación promovida por la

estrategia y la facilitación de los colaboradores que cuentan con conocimientos para desarrollar, optimar y utilizar su capacidad para explicar toda clase de informaciones y datos. La gestión del conocimiento es también una función de gestión que acepta el compartir información y suministra un acceso fácil al conocimiento, el saber hacer, experiencia y pericia (Gloet y Terziovski, 2004).

Según Parlbay y Taylor (2000), la gestión del conocimiento actúa como un proceso empresarial que se relaciona con generar nuevos conocimientos y la garantía de su uso dentro de la empresa siempre que sea necesario. Mientras que para Escobar et al. (2018) la gestión del conocimiento se ha convertido en el principal mecanismo en la gestión empresarial, mediante la ejecución del potencial individual económico y colectivo dentro de la organización.

Por su parte, Escorcía y Barros (2020) señalan que este es un proceso sistémico que facilita la conversión de vivencias particulares de los trabajadores en conocimientos significativos, que se transfieren a los demás empleados con el propósito de efectuar las metas corporativas.

La gestión del conocimiento es la administración de los activos intangibles que crean valor para la entidad (Alzamora, 2018). La mayor parte de dichos intangibles se encuentran relacionados a procesos de captación, estructuraciones y transmisiones de conocimientos.

La generación de conocimiento se ve afectada por diferentes causas, todas, basadas en el capital humano (Bermúdez et al., 2017). En lo que respecta a capital humano, ello pertenece al rubro de talento humano, valorándose a través de análisis de desempeño.

Para González (como se citó en Belloso, 2016), la gestión del conocimiento en los últimos años se presenta como un proceso orientado a la generación de valor para las organizaciones, buscando su cuantificación a través de diversas metodologías como la división del propio valor del conocimiento, los capitales intelectuales, así como otros elementos frecuentes en dicho suceso.

En ese sentido, el capital intelectual es el primer efecto de la gestión del conocimiento en una entidad, definido como el conocimiento productivo de una compañía, el cual está conformado por: capital humano, que es el conocimiento inestimable que poseen los equipos internos y su destreza para instruirse; así también como el capital estructural, que es el que la organización ha podido sistematizar perfeccionando de esta manera el flujo del conocimiento y fijando las estructuras de los conocimientos como los sistemas de comunicación, información y procedimientos de trabajo; esta sinergia fomenta el capital relacional, que se encuentra ligado a la adecuación de la organización con individuos externos tales como: proveedores, clientes y demás (Cuello-Cojitambo et al., 2020).

En la Evolución histórica de la gestión del conocimiento se encuentra la importancia que se le ha dado a ello a lo largo de la historia, Pérez-Montoro (2009), señala que el activo económico imprescindible en la era agrícola era representado por la tierra, en la industria por el capital y, en la tercera fase, por el conocimiento.

En la era agrícola, tanto el trabajo como la tierra sobresalieron como activos económicos centrales. Es ahí que donde se denota el nivel de importancia a comparación a otros activos como el conocimiento y el capital, debido a ello, la posesión de extensas áreas de tierra, así como un gran número de trabajadores, reflejaba una mayor producción de riqueza. En el caso del conocimiento y el capital ocurría todo lo contrario, dichos elementos no reflejaban directamente un índice de riqueza o ganancias.

En el periodo industrial, se tuvieron en cuenta como indicadores de producción de riqueza tanto el capital para la inversión, como los colaboradores, siendo estos la principal fuente de trabajo en las compañías, ayudando de esta manera a la disminución del activo tierra a la mitad. Mientras que, el conocimiento no era muy importante en dicha época.

La tercera era, se aterriza mejor este técnico y su excelente forma de aplicación en el campo organizacional. Se conoce como la sociedad del conocimiento y es semejante al capital considerado en la época industrial contribuyendo un importe económico esencial para las empresas. De la misma manera que los periodos antiguos, el conocimiento incrementa notablemente su valor convirtiéndose en el activo principal económico, convirtiéndose de esta manera en eje productivo central de riqueza, evolucionando de una economía basa en información a otra del conocimiento.

Es así que, la Gestión de Conocimiento se presenta en el contexto denominado de “nueva economía” o “Economía del conocimiento”, que es reconocida por investigadores y empresarios como la era donde mediante el conocimiento se puede alcanzar y sostener las ventajas competitivas de las organizaciones (Giraldo, 2018).

Es preciso señalar que Burcu y Ceyda (2013), categorizan a la variable gestión del conocimiento en tres dimensiones; adquisición, intercambio y aplicación del conocimiento, bajo el modelo teórico holístico de Chen y Huang (2009) y Lin y Lee (2005), en el que se afirma que la cultura organizacional es el reflejo de la visión compartida por todos los colaboradores de la empresa y los resultados son el reflejo del contexto que los rodea, contemplándola también como una actividad inagotable.

Con respecto a la dimensión “La adquisición de conocimiento”, se señala que está relacionada con el uso de los conocimientos existentes o con la captura de nuevos conocimientos (Lin, 2007), debido a que mejora la capacidad de una organización para realizar

de manera eficiente sus objetivos y aumenta el aprendizaje de la organización (Lin, 2007). Mediante la adquisición de conocimientos tanto dentro como fuera de la organización, cada integrante de la entidad puede aumentar su capacidad para convertir el conocimiento actual en conocimiento nuevo y a su vez continuar (Chen y Huang, 2009). El conocimiento recién adquirido aumenta las existencias de conocimiento disponibles para las organizaciones, disminuye la incertidumbre y abre nuevas oportunidades tanto para aplicar como para explotar el conocimiento, promoviendo así la creación de resultados innovadores (Argote et al., 2003).

Para Castellanos et al. (2021), en la adquisición o desarrollo de conocimientos organizacionales, existen cuatro posibles etapas para poder incentivar ello:

Compartir el conocimiento tácito. Es la fase de socialización, se orienta en el conocimiento tácito que tienen las personas siendo el cimiento para generar el conocimiento en las organizaciones. Dicho conocimiento está adaptado en cada una de los individuos, es por eso que, su comunicación se alcanza por medio de la experiencia, lo que hace complejo transmitirlo con palabras.

Crear conceptos. Forma parte de la externalización y se refiere como la interacción que se tiene en una empresa, abarcando el conocimiento explícito y tácito. El tipo de conocimiento tácito está fijado a la experiencia, por lo que la comunicación no es fácil, esto debido a que usualmente no se puede decir a través de palabras. Su conversión está enfocada en el empleo de formas de razonamiento partiendo de deducciones e inducciones utilizando una comunicación basada en analogías y metáforas.

Justificar conceptos. Actualmente las empresas usan indicadores como costos, márgenes de beneficios y valores incorporados del producto nuevo. Lo que plantea es elaborar una “creencia verdadera justificada” determinando si estos conceptos tienen un valor verídico en la empresa y ante la sociedad, labor que debe establecer la alta dirección interconectados con la visión, los medios y todos los empleados.

Construcción de arquetipos. El arquetipo se describe como un modelo nuevo de un producto o servicio lanzado al mercado. Por lo general, este debe estar en pro de la innovación, ya sea refiriéndose al servicio o a la organización, para ello se requiere de la colaboración entre departamentos, promovida en la ayuda de expertos de distintas disciplinas y valiéndose de la redundancia como recurso de utilidad excepcional.

Por otro lado, en la dimensión “Intercambio de conocimiento”, se encuentran múltiples técnicas y herramientas para ejecutar el intercambio del conocimiento, las que tienen mayor relevancia son: la aportación masiva de ideas, comunidades de costumbre, interacciones frontales, revisiones de proyecto, mentoring y aprendizaje, entre otros (González et al., 2019).

Para ello, el intercambio de conocimientos se puntualiza como un proceso empresarial

que demanda conocimientos, habilidades y experiencia colectivos, y la difusión de conocimientos a través de las unidades organizativas (Chen y Huang, 2009). El intercambio de conocimientos también implica vivencias y capacidades de los colaboradores en toda la empresa con el fin de establecer nuevas rutinas y modelos mentales (Lin, 2007). Los miembros de la organización pueden acceder fácilmente al conocimiento compartiendo entre ellos y/o entre otras unidades, lo que reduce la cantidad de tiempo y la inversión necesarios para compilar información. Al reducir el tiempo y la inversión para recolectar información y fundar nuevas rutinas y modelos mentales, las compañías pueden transferir sus valiosos recursos a los procesos de innovación. Además, compartir e intercambiar información provoca un incremento de la colaboración en el aprendizaje y la creación conjunta de nuevos conocimientos, siendo de gran importancia para el desarrollo de ideas innovadoras (Chen y Huang, 2009).

Y, por último, la dimensión “Aplicación del conocimiento”, se relaciona con el uso existente del conocimiento efectivo para resolver dificultades existentes (Gold et al., 2001), y con hacer que dicho conocimiento cobre más valor dentro de las organizaciones (Bhatt, 2001). Al aplicar el conocimiento de manera segura, las empresas incrementan sus capacidades para administrar diferentes fuentes y tipos de conocimiento de manera eficaz, haciendo uso del conocimiento correcto en la manera correcta, disminuyendo los errores y convirtiendo el conocimiento colectivo en ventajas para las empresas (Huang y Li, 2009). Por tanto, la aplicación del conocimiento desempeña un rol primordial para el incremento de la innovación administrativa y técnica en las organizaciones (Sarin y McDermott, 2003).

Los individuos intentan intercambiar y combinar conocimiento mediante los mecanismos tales como conversaciones telefónicas y reuniones. La reconfiguración de la información que ya existe por medio de la clasificación, adición, re contextualización y re categorización de conocimiento explícito puede derivar hacia conocimientos completamente nuevos (Torres y Rojas, 2017).

De forma inter organizacional, el conocimiento se difunde mediante la organización de modo vertical u horizontal por medio de arquetipos, forjándose un nuevo lapso de creación de conocimiento. Al usar la interacción dinámica se puede originar el conocimiento por la compañía, haciendo uso del conocimiento de los clientes, proveedores, competidores, empresas filiales, etc. (Castellanos et al., 2021).

Materiales y métodos

El estudio presentó un enfoque cuantitativo, debido a que responde a las incógnitas de cuánto, dónde y cómo; asimismo logra medir dimensiones, por lo tanto, la información puede

referirse a la muestra planteada o la población, de modo que esta luego sea comprobada (Alan y Cortez, 2018).

El tipo de investigación fue aplicada, ya que se encuentra encaminada en dar solución a un problema identificado en una empresa real, pasando de lo teórico a lo práctico (Lozada, 2014). El nivel fue descriptivo, puesto que el estudio describe cada uno de los componentes de la variable de manera tal que permita identificar el nivel de gestión del conocimiento en la empresa de estudio, siendo evaluado también a través de sus dimensiones (Guevara et al., 2020)

En cuanto al diseño de la investigación, este presentó el diseño no experimental – transversal, siendo una investigación en la cual no se realizó la manipulación premeditada de la variable, así mismo, es transversal debido a que se ejecutó en un tiempo determinado, narrando los pormenores de los eventos que ocurren (Sampieri et al., 2018).

En lo que respecta a la población, estuvo constituida por los 57 colaboradores de la empresa Distribuciones Alper S.A.C., involucrados en los procesos administrativos y técnicos de las diversas áreas que tiene la distribuidora. Esta población fue finita ya que se conoció el número exacto de colaboradores. Asimismo, en la presente investigación se consideró una muestra censal, dado que fue factible llegar a todos los colaboradores.

La técnica que se desarrolló fue la encuesta y como instrumento el cuestionario, el modelo fue desarrollado Burcu y Ceyda (2013) quienes realizan una adaptación, apreciándose con trece ítems. Los procesos de gestión del conocimiento se evalúan mediante la adquisición (1, 2, 3), el intercambio (4, 5, 6, 7) y la aplicación del conocimiento (8, 9,10, 11, 12, 13).

En ese sentido, dicho instrumento ya cuenta con un alto grado de confiabilidad y validez, no obstante, se calculó nuevamente la confiabilidad dentro de este contexto, obteniendo un índice de Alfa de Cronbach de 0,716, por lo que resultó ser aceptable. Asimismo, se validó el instrumento por juicio de expertos, este se realizó mediante 3 expertos en el tema, que finalmente aprobaron al instrumento.

En cuanto al procedimiento, se realizó la visita a la empresa Distribuciones Alper S.A.C., para solicitar el permiso directamente con el dueño, al cual se le hizo saber el propósito de la investigación. Ya hablado sobre el tema y obtenido el permiso, el dueño coordinó con el administrador para que comunique a todos los colaboradores sobre la aplicación del estudio en la empresa, por otro lado, en lo que respecta a la aplicación del cuestionario se realizó de manera virtual, haciendo llegar la encuesta por Google Forms.

Con lo que corresponde al procesamiento de información, se empezó con el llenado en una hoja de Microsoft Excel, con las respuestas numéricas de las encuestas, el cual se exportó

al programa estadístico SPSS versión 25, donde se desarrolló el análisis estadístico descriptivo, tomando en cuenta cada uno de sus componentes y sintetizando las respuestas a través de tablas de frecuencia y gráficos de barra. En cuanto a la baremación, se consideraron los niveles: bajo, medio y alto, tomando en cuenta las puntuaciones máximas y mínimas de cada dimensión y la variable en conjunto. A continuación se muestra la tabla de operacionalización de variables, en donde se detalla la definición conceptual empleada, así como las dimensiones e indicadores.

Tabla 1.

Operacionalización de variables

Variable	Definición	Dimensión	Indicador	Escala
Gestión del conocimiento	Se basa en la administración de recursos que ayudan a las organizaciones a desarrollar procesos para adquirir y compartir capital intelectual. La adecuada gestión del conocimiento permite la integración e implementación de un modelo de gestión empresarial generando mejores resultados (Gálvez et al., 2017).	Adquisición	Desarrollo de nuevos productos / servicios Empleados Proveedores	Ordinal
		Intercambio	Supervisores y subordinados Unidades Colegas Socios	
		Aplicación	Resolución de problemas Conocimiento experiencial Uso práctico Gestión de fuentes y tipos de transferencia Integración de fuentes y tipos	

Nota: Burcu y Ceyda (2013)

En la tabla 1 se observa que la variable se evalúa contemplando tres dimensiones, las cuales están distribuidas en dimensiones, cada una de ellas contiene preguntas en escala ordinal tipo Likert como se evidencia en el Anexo 2.

Resultados y discusión

Como primer punto del análisis estadístico descriptivo, se realizó la baremación de la variable de estudio en función a sus dimensiones, obteniendo la siguiente tabla:

Tabla 2.
Escala valorativa

Dimensión y/o variable	Niveles		
	Bajo	Medio	Alto
D1. Adquisición	2-4	5-7	8-10
D2. Intercambio	4-9	10-14	15-20
D3. Aplicación	7-16	17-25	26-35
V. Gestión del conocimiento	13-30	31-47	48-65

Nota: Dimensiones de variable

En cuanto al objetivo general del estudio, se evaluó a la variable integrada (considerando a sus tres dimensiones) a partir de la obtención de datos mediante el cuestionario aplicado a los 57 colaboradores de la empresa.

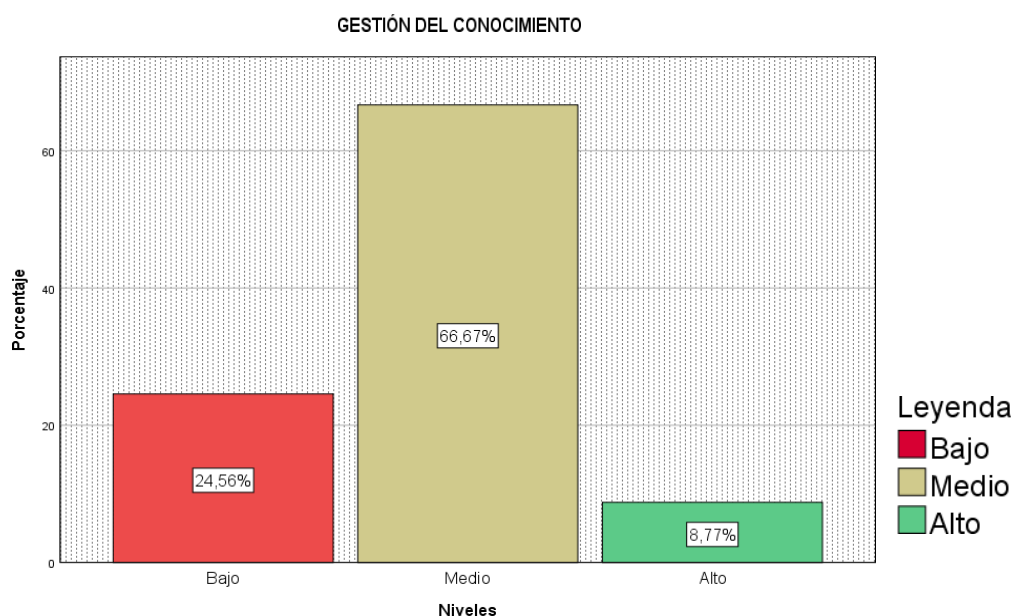


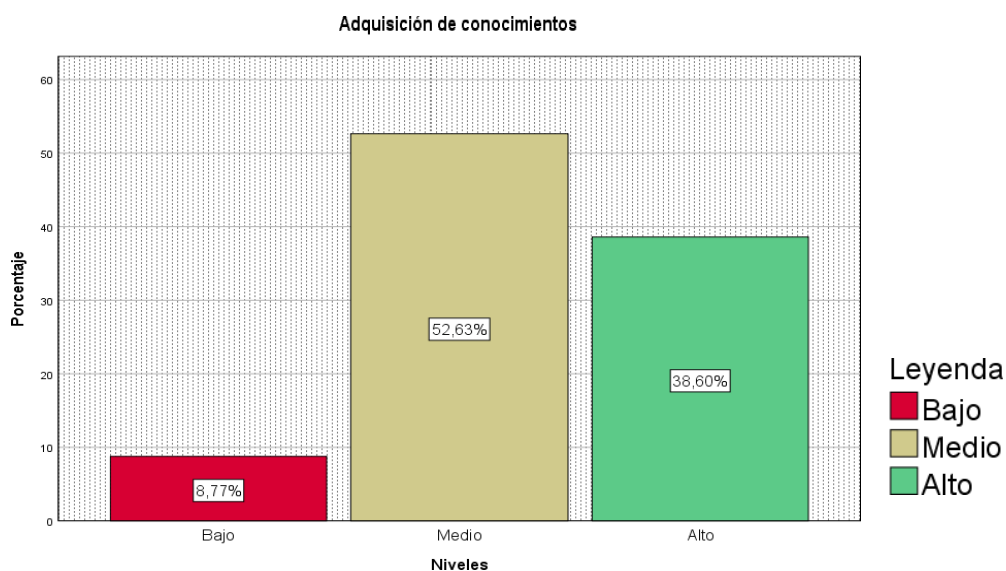
Figura 1. Nivel de gestión del conocimiento

Se aprecia que al evaluar el nivel de gestión del conocimiento en la empresa Distribuciones Alper S.A.C., es decir a la variable integrada, se identificó que el 66,67% de los colaboradores consideran que la gestión del conocimiento presenta un nivel medio, por lo que no se estarían aplicando estrategias continuas en cuenta a dicho aspecto, razón por la cual la siguiente valoración es baja, con una proporción del 24,56%, quienes señalan que la empresa presenta un nivel bajo y el 8,77% que considera que existe un alto nivel de gestión del conocimiento en la organización. En ese sentido, como se aprecia más adelante, estos datos principalmente de atribuyen al intercambio y aplicación del conocimiento, dado que, en el análisis por dimensiones, respecto al primer objetivo específico de la investigación, se planteó identificar el nivel de adquisición

del conocimiento en la empresa Distribuciones Alper S.A.C., en línea con la primera dimensión de esta variable.

Figura 2. Nivel de adquisición del conocimiento

Se observa que al identificar el nivel de la dimensión 1: adquisición del conocimiento en la empresa Distribuciones Alper S.A.C., se encontró que el 52,63% de los colaboradores



consideran que la organización presenta un nivel medio en cuanto a la adquisición de conocimientos, debido principalmente a que en la empresa Distribuciones Alper S.A.C. se vienen desarrollando un conjunto de capacitaciones, especialmente en temas de seguridad en el trabajo, de la mano con el área operativa, permitiendo que los colaboradores conozcan un poco más sobre determinados temas y sean correctamente aplicados en el desarrollo de sus funciones, seguido del 38,60% quienes lo consideran en un nivel alto y el 8,77% consideran un nivel bajo.

Tabla 3.

La adquisición del conocimiento por indicadores

Indicadores		Recuento	% de N
			<u>columnas</u>
Desarrollo de nuevos productos / servicios	Bajo	17	29,8%
	Medio	26	45,6%
	Alto	14	24,6%
	<u>Total</u>	<u>57</u>	<u>100,0%</u>
Conocimientos de empleados	Bajo	16	28,1%
	Medio	24	42,1%
	Alto	17	29,8%
	<u>Total</u>	<u>57</u>	<u>100,0%</u>

Conocimiento de proveedores	Bajo	12	21,1%
	Medio	27	47,4%
	Alto	18	31,6%
	Total	57	100,0%

Nota: Elaborado en base al cuestionario aplicado

En la tabla 3, se realizó en análisis de cada uno de los indicadores para conocer mayor detalle de cómo se desenvuelven estos componentes y si alguno de ellos presenta un resultado distinto para brindar luego alguna alternativa de solución. Por lo que se resaltaron aquellas valoraciones más representativas por cada indicador. En ese sentido, se puede apreciar que el desarrollo de nuevos productos y servicios como parte de la adquisición del conocimiento se desarrolla también con una tendencia media de acuerdo al 45,6%.

Además, a la pregunta si los conocimientos adquiridos provienen de los empleados tiene una valoración media según el 42,1%; sin embargo, prosigue una valoración alta; además, al ser consultados por los conocimientos que se adquieren de los proveedores, también hay una respuesta moderada según el 47,4%, dado que, en efecto, se aprende de las buenas prácticas que realizan, por lo general, las empresas con mayor experiencia en el mercado.

Respecto al segundo objetivo específico de la investigación, se identificó el nivel de intercambio del conocimiento en la empresa Distribuciones Alper S.A.C., en línea con la segunda dimensión de esta variable.

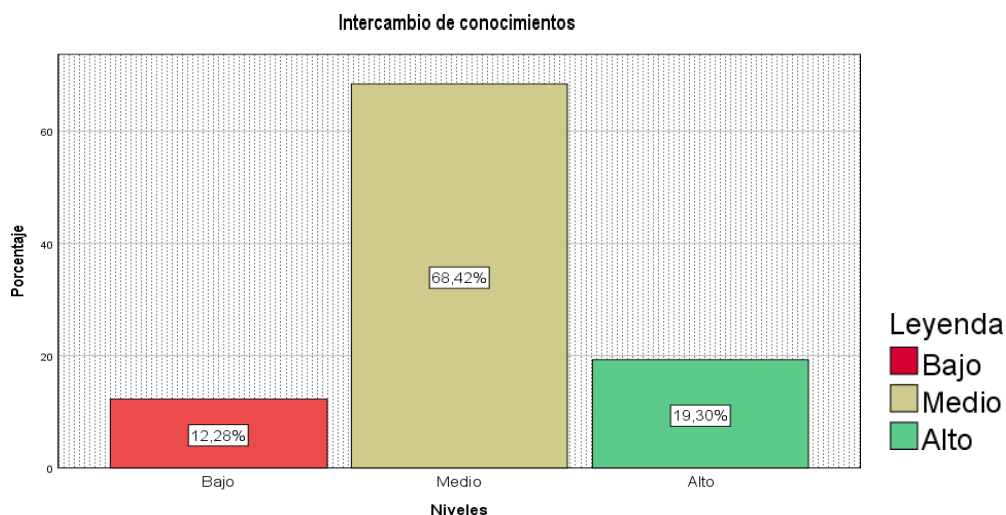


Figura 3. Nivel de intercambio del conocimiento

En la figura 3, se aprecia que al identificar el nivel de la dimensión 2: intercambio de conocimientos en la empresa Distribuciones Alper S.A.C., se encontró que el 68,42% de los colaboradores señalan que la organización presenta un nivel medio de intercambio de conocimientos. Esto corresponde a que los colaboradores de la organización por lo general no disponen de mucho tiempo de ocio, tampoco dentro del desarrollo de sus funciones, para

compartir este tipo de experiencias en el trabajo, que podría fácilmente expandirse al total de los colaboradores, además que los canales de comunicación son medianamente aplicados, lo que resulta de gran necesidad para mejorar esta dimensión.

Seguido del 19,30% quienes consideran que el intercambio de conocimientos presenta un nivel alto en la empresa y el 12,28% precisan que existe un nivel bajo en cuanto al intercambio de conocimientos.

Tabla 4.

El intercambio del conocimiento por indicadores

Indicadores		Recuento	% de N
			columnas
Conocimiento de supervisores y subordinados	Bajo	17	29,8%
	Medio	23	40,4%
	Alto	17	29,8%
	Total	57	100,0%
Conocimiento entre unidades o áreas	Bajo	20	35,1%
	Medio	25	43,9%
	Alto	12	21,1%
	Total	57	100,0%
Conocimiento entre colegas	Bajo	16	28,1%
	Medio	21	36,8%
	Alto	20	35,1%
	Total	57	100,0%
Conocimiento entre socios	Bajo	13	22,8%
	Medio	22	38,6%
	Alto	22	38,6%
	Total	57	100,0%

Nota: Elaborado en base al cuestionario aplicado

Al evaluar la dimensión intercambio de conocimientos por cada uno de sus indicadores, se evidencia que la mayoría de ellos sigue la misma tendencia, dado que al consultares a los 57 colaboradores sobre si se comparten conocimientos entre supervisor y empleado, o entre miembros de una misma área o unidad, entre colega o entre socios, la valoración en su mayoría es de nivel medio, de acuerdo al 40,4%; 43,9%; 36,8% y 38,6%, respectivamente. No obstante, el intercambio de conocimientos entre colegas y entre socios presenta también una tendencia alta puesto que es la siguiente categoría con mayor valoración; mientras que el intercambio de conocimientos entre unidades o áreas presenta una tendencia a la baja, siendo necesario prestar atención allí.

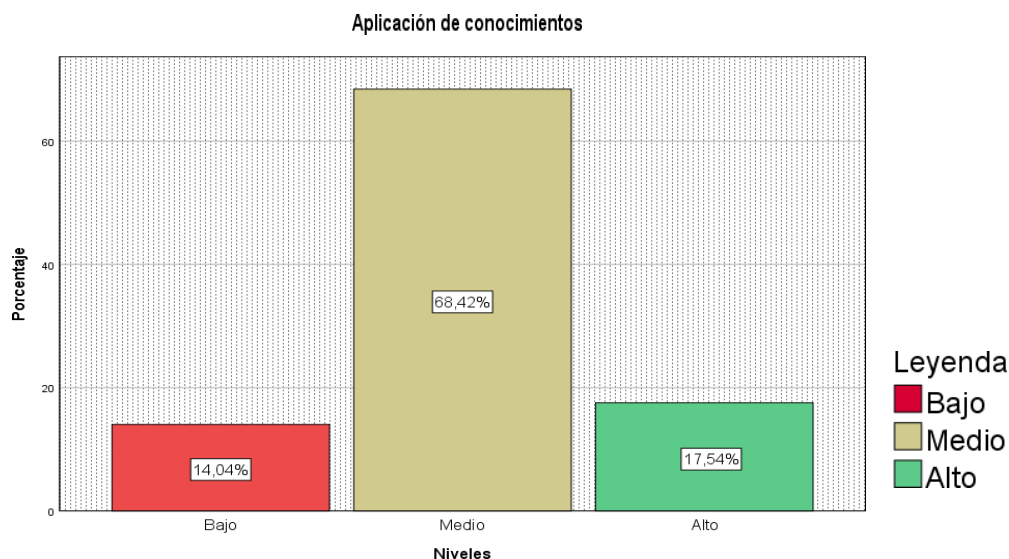


Figura 4. Nivel de aplicación del conocimiento

En función al tercer objetivo específico de la investigación, se evidencia que al identificar el nivel de la dimensión 3: aplicación de conocimientos en la empresa Distribuciones Alper S.A.C., el 68,42% de los colaboradores consideran que la organización presenta un nivel medio en cuanto a la aplicación de ello, puesto que no se vienen poniendo en práctica, probablemente porque se desconoce el cómo no existen tales procedimientos y oportunidades para ejecutarlos. Pero existe aún un porcentaje de colaboradores que considera que ello no se realiza a cabalidad, puesto que el 17,54% consideran que la aplicación de conocimientos presenta un nivel alto y un 14,04% que manifiestan la existencia un bajo nivel de aplicación de los conocimientos en la empresa.

Tabla 5.

La aplicación del conocimiento por indicadores

Indicadores		Recuento	% de N
			columnas
Resolución de Problemas	Bajo	6	10,5%
	Medio	27	47,4%
	Alto	24	42,1%
	<u>Total</u>	<u>57</u>	<u>100,0%</u>
Conocimiento experiencial	Bajo	22	38,6%
	Medio	25	43,9%
	Alto	10	17,5%
	<u>Total</u>	<u>57</u>	<u>100,0%</u>
Practicidad	Bajo	17	29,8%
	Medio	26	45,6%
	Alto	14	24,6%
	<u>Total</u>	<u>57</u>	<u>100,0%</u>

Gestión de fuentes y tipos de transferencia	Bajo	21	36,8%
	Medio	24	42,1%
	Alto	12	21,1%
	Total	57	100,0%
Transferencia de conocimiento	Bajo	24	42,1%
	Medio	18	31,6%
	Alto	15	26,3%
	Total	57	100,0%
Integración de fuentes y tipos	Bajo	20	35,1%
	Medio	25	43,9%
	Alto	12	21,1%
	Total	57	100,0%

Nota: Elaborado en base al cuestionario aplicado

En igual sentido que las dimensiones anteriores, se realizó el análisis por cada indicador para conocer dichos resultados, identificando en la tabla 5, que la aplicación de conocimientos para resolver los problemas en la empresa es media según el 47,4%; mientras que, la aplicación de conocimientos basados en la experiencia se realizan también medianamente en la empresa según el 43,9%, la practicidad de dicha aplicación es media de acuerdo al 45,6% al igual que la gestión de las fuentes y tipos de conocimiento según el 42,1% y la integración de dichos conocimientos con una valoración media de 43,9%.

Sin embargo, al ser consultados por la ejecución de la transferencia de conocimientos, la gran mayoría considera que ello presenta deficiencias de acuerdo al 42,1%. Esto genera como consecuencia que la dimensión en general no se cumpla completamente, existiendo algunos aspectos por mejorar en esta última dimensión.

Discusión de resultados

En el presente estudio se planteó como principal objetivo determinar el nivel de gestión del conocimiento de la empresa Distribuciones Alper S.A.C. Jaén, 2021. Por lo tanto, a nivel general, esta variable presenta su fundamento teórico en los aportes de Jiménez et al. (2001), quienes contemplan a esta variable desde el aspecto epistemológico como parte de “saber hacer”, asociada a las habilidades de interpretación y empleo de conceptos basados en la administración de recursos que ayudan a las organizaciones a desarrollar procesos para adquirir y compartir capital intelectual. Es así que, en esta investigación se obtuvieron como resultados integrados que el nivel de gestión del conocimiento en la empresa Distribuciones Alper S.A.C. es medio o regular de acuerdo al 66,7% de los colaboradores, con puntuaciones de un máximo de 3 puntos; (1) bajo, (2) medio y (3) alto. Ello significa que la empresa tiene esfuerzos medios en cuestión de adquirir, intercambiar y aplicar dichos conocimientos en la actualidad. Estos

resultados son similares a los obtenidos por Velásquez (2018) quien, en una investigación desarrollada en una empresa de la ciudad de Lima, concluyó desde el aspecto descriptivo de esta variable, en que el 46% de los colaboradores de dicha organización consideraron que existe un nivel medio a la gestión del conocimiento, considerando la valoración con mayor prevalencia. Por su parte, Samana (2019), mediante su estudio, a nivel descriptivo, también concluyó que existe un nivel medio de la gestión del conocimiento en dicha organización con un 66,7% de colaboradores que lo percibe de esa manera.

Es así que, también se formularon tres objetivos específicos para un mejor análisis contemplado en la identificación de nivel de adquisición, intercambio y aplicación de los conocimientos, de manera que contribuyan a la empresa para un mejor manejo organizacional. En función al primer objetivo específico de la investigación, se planteó identificar el nivel de adquisición del conocimiento en la empresa Distribuciones Alper S.A.C., encontrando que el 52,63% de los colaboradores percibe a la adquisición del conocimiento en un nivel medio. Ello significa que, se adquieren conocimientos parcialmente por parte de los empleados, aplicables al desarrollo de nuevos productos o servicios en el que se pueda dar mejoras en cuanto a los diversos procedimientos de la organización. Tal y como refiere Chen y Huang (2009), mediante la adquisición de conocimientos, tanto dentro como fuera de la empresa, cada miembro de la organización puede aumentar su capacidad para convertir el conocimiento actual en conocimiento nuevo y a su vez continuar, además, tomando en cuenta el conocimiento recién adquirido, Argote et al. (2003), también señala que esto aumenta las existencias de conocimiento disponibles para las organizaciones, disminuye la incertidumbre y abre nuevas oportunidades tanto para aplicar como para explotar el conocimiento, promoviendo así la creación de resultados innovadores. Considerando los resultados obtenidos en el presente estudio, es preciso señalar que tienen mucha semejanza con los obtenidos por Mardani et al. (2018), quienes estudiaron el vínculo cuantitativo entre la gestión del conocimiento, la innovación y el desempeño, detectando la necesidad de la creación, integración y aplicación del conocimiento que propician la innovación y el desempeño, por lo que esta primera etapa, en la que se crean o adquieren los conocimientos, tiene efectos más relevantes sobre la velocidad en que se mide la cantidad y calidad de los mismos.

Respecto al segundo objetivo específico, se identificó el nivel de intercambio del conocimiento en la empresa Distribuciones Alper S.A.C., encontrando que el 68,42% de los colaboradores de la empresa perciben que la organización presenta un nivel medio de intercambio de conocimientos, considerando la integración de diferentes fuentes y tipos de conocimiento, compartiendo experiencias entre supervisor y subordinado, unidades o áreas de trabajo, colegas y socios, de manera que aún no forma parte de la cultura organizacional de la

empresa. En referencia a ello, esta segunda etapa se relaciona con el uso adecuado y efectivo del conocimiento adquirido para la resolución de problemas existentes, generando mayor valor al ente. Esto a la vez tiene coherencia con la investigación de Huang y Li (2009), dado que, al aplicar el conocimiento de manera segura, las empresas incrementan sus capacidades para administrar diferentes fuentes y tipos de conocimiento de manera eficaz, haciendo uso correcto del conocimiento, disminuyendo los errores y convirtiéndolo en un recurso importante para la empresa, y mucho más aun uniendo esfuerzos con los aportes de clientes, competidores, proveedores y otros grupos de interés. En tanto, estos resultados presentan gran similitud con los obtenidos por Grinmsdottir y Runar (2018), quienes estudiaron la gestión del conocimiento en pequeñas y medianas empresas en Islandia, considerando a dos grupos; aquellas empresas que consideran la gestión del conocimiento como parte de su gestión y aquellas que no realizan ello, concluyendo que las primeras tienen una buena relación con los clientes basados en el intercambio de los nuevos conocimientos.

En cuanto al tercer objetivo específico de la investigación, se identificó el nivel de aplicación del conocimiento en la empresa Distribuciones Alper S.A.C., en línea con la tercera dimensión de esta variable, obteniendo que el 68,42% de los colaboradores consideraron que la organización presenta un nivel medio de aplicación de conocimientos, esto debido a que no se aplican iniciativas frecuentes para resolver los problemas en base a la experiencia de los colaboradores, o si se realizan; no son de manera práctica o continua. Como fundamento teórico de esta perspectiva, Gonzáles et al. (2019), afirma que existen muchas técnicas y herramientas para el intercambio del conocimiento, entre las que se destacan la aportación masiva de ideas, comunidades de costumbre, interacciones frontales, revisiones de proyecto, mentoring y aprendizaje, entre otros, puntualizándose como un proceso que demanda la difusión de éstos a través de las diversas unidades organizacionales. Ante ello, es necesario reformular su cultura para fortalecer las vivencias, capacidades y los modelos mentales de los colaboradores con la finalidad de transferir estos valiosos recursos a otros miembros de la organización, considerando también que a partir de este mecanismo se estimula también la innovación. Al respecto, los resultados obtenidos tienen mucha coherencia con los de (Giraldo, 2018), quien dentro del contexto internacional, en un estudio realizado en Colombia, demostró la importancia de la gestión del conocimiento como un factor de competitividad y sostenibilidad en las organizaciones, haciendo hincapié en la implantación de un sistema de gestión de conocimientos que ayude a alimentar de información y definir el know-how de la organización, facilitando el acceso de información a los colaboradores y aumentando su competitividad individual, como parte de la aplicación de los conocimientos en la organización. Complementariamente, Kunzel et al. (2018), también en el ámbito internacional, concluye en

su investigación que un cierto grado de aplicación del conocimiento en las organizaciones puede llegar a niveles equiparables de innovación al enfatizar los procesos de intercambio o almacenamiento, que logran maximizar los niveles más bajos de otros procesos de conocimiento y conservar los niveles sobresalientes de innovación.

Es preciso señalar que, esta organización realiza constantemente esfuerzos por mejorar la forma en la que se gestionan los conocimientos, experiencias, u otros aportes similares entre sus colaboradores y personal relacionado con los diversos procesos que realiza, siendo percibido en un nivel moderado, por lo que podría seguir mejorando dichas valoraciones si se destina mayor inversión a ello y se propicia una cultura de innovación, dado que como se ha demostrado está muy relacionado a ello, conllevando a la organización, y muchas otras del sector, a buscar soluciones creativas ante las diversas situaciones que podrían presentarse en el futuro. Aportes más precisos y recientes en cuanto a un modelo de conocimiento para desarrollar competencias laborales de los colaboradores es el de Espinoza (2020), quien luego de implementar dichas mejoras en una organización del contexto nacional, enfatiza que ello le ha permitido generar y desarrollar las competencias laborales de sus trabajadores, recomendando algunos aspectos a tomar en cuenta, como: la capacidad para sistematizar conocimientos, trabajar en un entorno de mejora continua e impactar favorablemente en los procesos del desarrollo de competencias laborales.

Conclusiones

En cuanto a la gestión del conocimiento de la empresa Distribuciones Alper S.A.C., se obtuvo que este se encuentra en un nivel medio en el presente año, debido a que no se viene manejando adecuadamente sus tres componentes (adquisición, intercambio y aplicación), esto debido a que la organización aún tiene pendiente trabajar algunos aspectos importantes para poseer mejores resultados respecto a esta variable.

Respecto a la adquisición de conocimiento en esta organización, se identificó que este presenta un nivel medio, principalmente atribuido a la forma en que se aprovechan los aportes de otros factores clave dentro de la organización y con mayor experiencia, gracias a que la empresa maneja políticas que fomentan el desarrollo de capacitaciones dadas sobre las diversas áreas, permitiendo así que estos puedan ir incrementando y actualizando sus sapiencias, para que posteriormente lo apliquen con plena seguridad y confianza.

En consideración al intercambio de conocimiento en la empresa, se obtuvo que esta dimensión presenta un nivel moderado, lo que significa que la organización no brinda un tiempo suficiente y/o prudente para que los colaboradores intercambien o compartan experiencias obtenidas a partir de la adquisición de las mismas.

Referente a la aplicación del conocimiento, se identificó que esta dimensión también presenta un nivel medio de acuerdo a la mayoría de los colaboradores, esto debido a que la empresa aún no está poniendo en práctica eficientemente los alcances obtenidos mediante la experiencia de sus colegas.

Recomendaciones

Los directivos de la empresa Distribuciones Alper S.A.C. deberían destinar mayores esfuerzos para propiciar una cultura de gestión del conocimiento en la organización, esto a partir de mayor inversión en el fortalecimiento del capital humano, lo que beneficiará tanto al colaborador como a la empresa, de manera que los miembros se encuentren capacitados en cuanto a las nuevas tendencias que se vienen desarrollando en el mercado, de acuerdo a las funciones que realizan.

El área de talento humano debería desarrollar periódicamente capacitaciones, talleres de mentoría o programas de coaching enfocados en aquellos aspectos y/o procesos deficientes en la organización, de preferencia como parte de sus políticas internas, para que de este modo se incremente el conocimiento de sus integrantes, sobre todo del área operativa.

A los colaboradores de la organización, ser más flexibles en el intercambio de los conocimientos, tanto dentro como fuera de la organización, haciendo las consultas respectivas para desarrollar con mayor seguridad aquellas acciones de las que aún se tiene duda, de modo que se pueda aportar al desarrollo profesional, así como organizacional.

Desarrollar las habilidades de pensamiento crítico de los colaboradores a través de la puesta en práctica de lo aprendido, considerando metas en el corto y largo plazo y evaluando periódicamente aquellos aspectos capacitados, con la finalidad de conocer si efectivamente han beneficiado los nuevos aprendizajes en el entorno laboral.

Referencias

- Agudelo Ceballos, E. J., Valencia Arias, A. (2018). La gestión del conocimiento, una política organizacional para la empresa de hoy. *Ingeniare. Revista chilena de ingeniería*, 26(4), 673–684. <https://doi.org/10.4067/S0718-33052018000400673>
- Alan, D. y Cortez, L (2018). <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/14232/1/Cap.4-Investigaci%C3%B3n%20cuantitativa%20y%20cualitativa.pdf>
- Argote, L., McEvily, B., y Reagans, R. (2003). Managing knowledge in organizations: An integrative framework and review of emerging themes. *Management science*, 49 (4), 571-582. 10.1287/mnsc.49.4.571.14424. https://www.researchgate.net/publication/220534288_Managing_Knowledge_in_Organizations_An_Integrative_Framework_and_Review_of_Emerging_Themes
- Alzamora, E. (2018). El poder del conocimiento y de la información como generador de valor en las organizaciones | Conocimiento global. *Revista Conocimiento Global*, 3(1), 10–20. <http://conocimientoglobal.org/revista/index.php/cglobal/article/view/3>
- Beijerse, R. (1999). Questions in knowledge management: defining and conceptualizing a phenomenon. *Journal of Knowledge Management*, 3 (2), 94-110. 10.1108/13673279910275512
- Belloso, R. (2016). Knowledge management through the female leadership as an essential resource for organizational competitiveness. *Centro de Investigación de Ciencias Administrativas y Gerenciales*, 14(2), 320–337. <http://ojs.urbe.edu/index.php/cicag/article/view/136/3562>
- Benavides, M., & Pedraza-Nájar, X. (2018). La gestión del conocimiento y su aporte a la competitividad en las organizaciones: revisión sistemática de literatura. *SIGNOS - Investigación en sistemas de gestión*, 10(2), 175–191. <https://doi.org/10.15332/S2145-1389.2018.0002.10>
- Bermúdez, M., Boscan, N., Muñoz, D., Vidal, B., & Archila, C. (2017). Gestión del conocimiento en grupos de I+D: un enfoque basado en los componentes del capital humano. *Revista Lasallista de Investigación*, 14(1), 133–143. <https://doi.org/10.22507/rli.v14n1a12>
- Bhatt, G. (2001). Knowledge management in organizations: examining the interaction between technologies, techniques, and people. *Journal of knowledge management*, 5 (1), 68-75. <https://doi.org/10.1108/13673270110384419>

- Bolisani, E. y Bratianu, C. (2017) Knowledge strategy planning: an integrated approach to manage uncertainty, turbulence, and dynamics. *Journal of Knowledge Management* 21(2), 233–253. [10.1108/JKM-02-2016-0071](https://doi.org/10.1108/JKM-02-2016-0071)
- Burcu, K., Ceyda, M. (2013) The Relationship between Knowledge Management and Innovation in Turkish Service and High-Tech Firms. *International Journal of Business and Social Science*, 4(4), 293-304.
<https://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.1059.6488&rep=rep1&type=pdf>
- Castellanos, J., Barrera, A., Vega, J., Medina, G., Acosta, J., Vargas, S., Mora, R., Carranza, C., & Torres, E. (2021). *Modelo del nivel de madurez de la gestión del conocimiento para las organizaciones empresariales*. Editorial Universidad Nacional Abierta y a Distancia.
<https://hemeroteca.unad.edu.co/index.php/book/article/view/4655>
- Chen, C., y Huang, J. (2009). Strategic human resource practices and innovation performance—The mediating role of knowledge management capacity. *Journal of Business Research*, 62 (1), 104-114. [10.1016/j.jbusres.2007.11.016](https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2007.11.016)
- Correa-Díaz, A. M., Benjumea-Arias, M., & Valencia-Arias, A. (2019). La gestión del conocimiento: Una alternativa para la solución de problemas educacionales. *Revista Electrónica Educare*, 23(2), 1–27. <https://doi.org/10.15359/REE.23-2.1>
- Cuello-Cojitambo, J., Cuello-Cojitambo, J. D., Erazo-Álvarez, J. C., & Narváez-Zurita, C. I. (2020). Visión sistémica de la gestión del conocimiento en el sector financiero cooperativo. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, 5(10), 607–637.
<https://doi.org/10.35381/r.k.v5i10.707>
- Darroch, J., y McNaughton, R. (2002). Examining the link between knowledge management practices and types of innovation. *Journal of intellectual capital*, 3 (3), 210-222. [10.1108/14691930210435570](https://doi.org/10.1108/14691930210435570)
- Escobar, A., Velandia, G., & Navarro, E. (2018). Knowledge management and competitiveness in cooperatives with section of savings and credit. *REVESCO Revista de Estudios Cooperativos*, 127, 90–115.
<https://doi.org/10.5209/REVE.59769>
- Escorcía, J., & Barros, D. (2020). Gestión del conocimiento en instituciones de educación

- superior: caracterización desde una reflexión teórica. *Revista de Ciencias Sociales*, 3, 83–97. <https://repositorio.cuc.edu.co/handle/11323/6896>
- Espinoza, R. (2020). Modelo de gestión del conocimiento para desarrollar competencias laborales en el área de capacitación de la empresa promotora de salud H&D. En *Universidad Nacional Federico Villarreal*. <https://repositorio.unfv.edu.pe/handle/UNFV/3973>
- Esquivel, Á., León, R., & Castellanos, G. (2017). Mejora continua de los procesos de gestión del conocimiento en instituciones de educación superior ecuatorianas. *Retos de la Dirección*, 11(2), 56–72. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2306-91552017000200005
- Gálvez, A., Castañeda, M., & Tarazona, G. (2017). Modelo de integración inteligencia de negocios y gestión del conocimiento. *Redes de Ingeniería*, 9(8), 109–118. <https://doi.org/10.14483/2248762X.12482>
- Giraldo, O. C. (2018). La gestión del conocimiento en las organizaciones y las regiones: Una revisión de la literatura. *Tendencias*, 19(1), 140–163. <https://doi.org/10.22267/RTEND.181901.91>
- Gloet, M., y Terziovski, M. (2004). Exploring the relationship between knowledge management practices and innovation performance. *Journal of Manufacturing Technology Management*, 15 (5), 402-409. [10.1108/17410380410540390](https://doi.org/10.1108/17410380410540390)
- Gold, A., Malhotra, A., y Segars, A. (2001). Knowledge management: An organizational capabilities perspective. *Journal of management information systems*, 18 (1), 185-214. <https://doi.org/10.1080/07421222.2001.11045669>
- González, J., & Álvarez, L. (2019). Gestión de Conocimiento e Innovación Abierta: hacia la conformación de un modelo teórico relacional. *Revista Venezolana de Gerencia*, 24(88),1–20. <https://www.redalyc.org/articulo.oa>
- González Millán, J. J., Rodríguez Díaz, M. T., & González Millán, O. U. (2019). Factores que inciden en la gestión de conocimiento y la innovación abierta en empresas colombianas. *Revista Virtual Universidad Católica del Norte*, 58, 116–138. <https://doi.org/10.35575/RVUCN.N58A10>
- Grinmsdottir, E. y Runar, I. (2018). Knowledge Management, Knowledge Creation, and OpenInnovation in Icelandic SMEs. *SAGE Open*. <https://doi.org/10.1177/2158244018807320>

- Guevara, G., Verdesoto., A y Castro, N. (2020). Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción). <http://recimundo.com/index.php/es/article/view/860>
- Hernández, R.y Mendoza, C. (2018). Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta. McGraw Hill México.
http://www.biblioteca.cij.gob.mx/Archivos/Materiales_de_consulta/Drogas_de_Abuso/Articulos/SampieriLasRutas.pdf
- Jiménez, E., Lema, L., & Larrea, J. (2001). Innovación: un factor clave para la competitividad de las empresas. *Revista Publicando*, 4(12), 640–657.
www.madrimasd.org
- Kunzel, E., Oliveira, M., y Marques, C. (2018). Knowledge management process arrangements and their impact on innovation. *Business Information Review*, 35 (1), 29-38. <https://doi.org/10.1177/0266382118757771>
- Lin, H., y Lee, G. (2005). Impact of organizational learning and knowledge management factors on e-business adoption. *Management Decision*, 43(2), 171-188.
<https://doi.org/10.1108/00251740510581902>
- Lin, H. (2007). Knowledge sharing and firm innovation capability: an empirical study. *International Journal of Manpower*, 28 (3/4), 315-332.
<https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/01437720710755272/full/html>
- Lozada, J. (2014). *Revista de divulgación científica de la Universidad Tecnológica Indoamérica*.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6163749>
- Mardani, A., Nikoosokhan, S., Moradi, M., y Doustar, M. (2018). The Relations Between Knowledge Management and Innovation Performance. *Journal of High Technology Management Research*, 29, 12-26. <https://doi.org/10.1108/01437720710755272>
- Mora, G. (2018). Siglo XXI economía de la información: gestión del conocimiento y Business Intelligence, el camino a seguir hacia la competitividad. *Signos: Investigación en sistemas de gestión*, 10(2), 161–174.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6726333>
- Muhammad, Y. y Qamar, A. (2018). Impact of Knowledge Management on Innovation:

Evidence from a South Asian Country.

<https://doi.org/10.1142/S0219649218500351> Parlbby, D., y Taylor, R. (2000).

The power of knowledge: A business guide to knowledge

management.<https://www.researchgate.net/publication/312930624> The effect of

[kno](#)

[wledge management on organizational innovation Evidence from banking ind](#)

[ustr y](#)

Pérez-Montoro, M. (2009). Gestión del conocimiento en las organizaciones: fundamentos, metodología y praxis. *Profesional de la Información*, 18(1), 111–114. <https://doi.org/10.3145/EPI.2009.ENE.16>

Pinzón Castro, S. Y., Maldonado Guzmán, G., & Marín Aguilar, J. T. (2019).

Orientación de la gestión del conocimiento y rendimiento en las pequeñas y

medianas empresasmexicanas.*Revista de ciencias sociales*,

25(1), 21–34.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7025809&info=resumen&idioma=E NG>

Rincón, R. A. (2017). Gestión del conocimiento y aprendizaje organizacional: una visión integral. *Informes Psicológicos*, 17(1),

53–70.<https://doi.org/10.18566/INFPSIC.V17N1A03>

Samana, J. (2019). Gestión del conocimiento y desarrollo organizacional en la empresa Mambrino SAC San Isidro-2019 [Tesis de pregrado, Universidad Autónoma del Perú].<https://repositorio.autonoma.edu.pe/handle/20.500.13067/953>

Sarin, S., y McDermott, C. (2003). The Effect of Team Leader Characteristics on Learning, Knowledge Application, and Performance of Cross-Functional New Product Development Teams. *Decision Sciences*, 34 (4), 707-739.

<https://doi.org/10.1111/j.1540-5414.2003.02350.x>

Torres, C., & Rojas, R. (2017). La gestión del conocimiento basado en la Teoría de Nonaka y Takeuchi. *INNOVA Research Journal*, 2(4),

30–37.<https://doi.org/10.33890/INNOVA.V2.N4.2017.147>

Triana, Y., Febles, J., Mena, M., González, N., & García, M. (2018). Diagnosis of document management systems to develop knowledge management. *Ingeniería Industrial*, 39(1), 46–55.

http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-59362018000100006

Velázquez, Y., Díaz, M., Ferro, J., & García, I. (2021). Procedimiento de gestión del conocimiento para una entidad de ciencia, tecnología e innovación. *Revista Cubana de Educación Superior*, 40(1).
http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0257-43142021000100010

Anexos

Anexo 1: Matriz de consistencia

Pregunta de investigación	Objetivos	Hipótesis	Variable y Dimensiones	Ítems
¿Qué nivel de gestión del conocimiento tiene la empresa Distribuciones Alper S.A.C., Jaén 2021?	Objetivo general: Determinar el nivel de gestión del conocimiento en la empresa Distribuciones Alper S.A.C., Jaén 2021.	Existe un bajo nivel de gestión del conocimiento en la empresa Distribuciones Alper S.A.C., Jaén 2021.	Variable: Gestión del conocimiento Dimensiones: D1. Adquisición D2. Intercambio D3. Aplicación	En la empresa se aplican conocimientos y/o iniciativas para resolver nuevos problemas
	Objetivos específicos: Identificar el nivel de adquisición de conocimientos en la empresa Distribuciones Alper S.A.C., Jaén 2021.			En la empresa se aplican conocimientos experienciales o basados en la experiencia
	Identificar el nivel de intercambio de conocimiento en la empresa Distribuciones Alper S.A.C., Jaén 2021.			En la empresa se utilizan conocimientos de manera práctica o continua
	Identificar el nivel de aplicación del conocimiento en la empresa Distribuciones Alper S.A.C., Jaén 2021.			Se gestiona eficazmente las diferentes fuentes y tipo de conocimientos
				En la empresa se realiza la transferencia de conocimientos organizativos a los empleados
				<u>Se integran diferentes fuentes y tipos de conocimientos</u>
				Se comparten conocimientos entre supervisor y subordinado
				Se comparten conocimientos entre unidades o áreas
				Se comparten conocimientos entre colegas
				Se comparten conocimientos entre socios
				Se adquieren conocimientos sobre el desarrollo de nuevos productos y/o servicios
				Se adquieren conocimientos de los empleados
				Se adquieren conocimientos de los proveedores
Muestra y muestreo	Instrumentos de recolección de datos	Procedimiento	Técnicas estadísticas	Procesamiento
57 colaboradores de la empresa	Cuestionario planteado por Burcu y Ceyda (2013)	Visita a la empresa para coordinaciones previas y llenado del cuestionario a través de Google Forms	Estadísticos descriptivos e inferenciales	Microsoft Excel 2019 SPSS versión 26 Baremos

Anexo 2: Instrumento de recolección de datos

Gestión del conocimiento

Instrucciones: Buen día, se está realizando un estudio en la empresa Distribuciones Alper S.A.C. con la finalidad de determinar su nivel de gestión del conocimiento. Por favor responde las preguntas con total sinceridad, dado que ello ayudará a proponer sugerencias de mejora. Los cuestionarios son anónimos y las respuestas serán tratadas con total confidencialidad. Muchas gracias por tu participación.


Opciones de respuesta:

1	2	3	4	5
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

Cuestionario:

N°	Ítem	1	2	3	4	5
1	Se adquieren conocimientos sobre el desarrollo de nuevos productos y/o servicios					
2	Se adquieren conocimientos de los empleados					
3	Se adquieren conocimientos de los proveedores					
4	Se comparten conocimientos entre supervisor y subordinado					
5	Se comparten conocimientos entre unidades o áreas					
6	Se comparten conocimientos entre colegas					
7	Se comparten conocimientos entre socios					
8	En la empresa se aplican conocimientos y/o iniciativas para resolver nuevos problemas					
9	En la empresa se aplican conocimientos experienciales o basados en la experiencia					
10	En la empresa se utilizan conocimientos de manera práctica o continua					
11	Se gestiona eficazmente las diferentes fuentes y tipo de conocimientos					
12	En la empresa se realiza la transferencia de conocimientos organizativos a los empleados					
13	Se integran diferentes fuentes y tipos de conocimientos					

Anexo 3. Consentimiento informado

	DISTRIBUCIONES ALPER S.A.C. DIRECCIÓN: CALLE: HIPOLITO UNANUE N° 1275 - 2do. PISO - JAEN - CAJAMARCA TELEFONO: CEL: 969 410 068 EMAIL: willian_p@alpersac.com
---	---

Jaén, 17 junio 2021

Carta N° 0546-2021 ALPERSAC-ADM


Señores: Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo

Asunto: Respuesta a Carta N° 077-2021-USAT-EADM

Por medio de la presente, reciba el cordial saludo a nombre de la empresa Distributions Alper S.A.C., asimismo, en relación al documento de referencia, se les comunica que se le brindará las facilidades a la estudiante del VII ciclo de la Escuela de Administración de Empresas, Facultad de Ciencias Empresariales, Srta. **DIANA MEDALY AGREDA GONZALES**, con Código Universitario: 181TD78744 y DNI N° 76086839, para acceder a la información necesaria para el desarrollo de su trabajo de investigación título tentativo **"GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO E INNOVACIÓN EN LA EMPRESA DISTRIBUCIONES ALPER S.A.C., JAÉN 2021"**

Esperamos que la información proporcionada sea de carácter confidencial y solo para fines académicos y que la misma sea de beneficio de ambas partes.

Atentamente,


DISTRIBUCIONES ALPER S.A.C
William Miguel Puemape Escjadill
ADMINISTRADOR