

Informe final - Modelo de desarrollo de conocimiento para medir el desempeño de una empresa

Francisco Aguilar Hernández¹, Karen Galindo ¹, and Yesenia Martinez²

¹Instituto Tecnológico Superior Zacatecas Occidente

²Instituto Tecnológico Superior Zacatecas Occidente

22 de junio de 2018

Resumen

En el presente formato, se muestran los resultados finales del proyecto que fue trabajado durante algunos meses, indica todas las partes requeridas que se examinaron durante el proceso de investigación del proyecto “Modelo de desarrollo de conocimiento para medir el Desarrollo Empresarial”. Se integran las principales bases esenciales de tal proyecto. Así como el resultado del prototipo que muestra un proyecto funcional.

1. Introducción

En base a resultados que indica asociaciones empresariales las cuales han logrado posicionar a pequeñas y medianas empresas en un nivel competente dentro del mercado, se espera con un estudio de investigación, crear una asociación la cual logre establecer Pymes regionales en un nivel de crecimiento y conocimiento para que logre un mayor éxito y crecimiento a dichas organizaciones.

Para ello las empresas lo que buscan y necesitan es tener las características y capacidad necesaria para su formulación, así mismo ir dando avances de cada una de ellas para su crecimiento, la asociación de varias empresas traerá a consigo mejor rendimiento por cada una de las partes de ellas tal como lo es empezando desde la formación teniendo cada uno de los miembros beneficiados.

Las empresas en la actualidad operan en entornos globales, el cambio tecnológico se acelera y los mercados se vuelven volátiles, domina la incertidumbre, los competidores se multiplican, los productos y servicios se vuelven obsoletos rápidamente. En este contexto, esta investigación propone diseñar un modelo de Gestión del Conocimiento, para crear, transferir y utilizar el conocimiento en las empresas. La Gestión del Conocimiento, se presenta como resultado de un marco de referencia para integrarlo como fuente de ventaja competitiva al crear condiciones para la innovación (Leal, 2010).

Es para esto que se pretende detallar cada uno de los puntos del proyecto, para que así tenga un mejor funcionamiento y contenga la mejor formulación de cada una de las empresas tal cual debe de ser, así llevando a cabo las generalidades y cumpliendo los objetivos como lo es el planteamiento del problema.

2. Generalidades del proyecto

2.1. Descripción del problema

Al indagar sobre la situación empresarial en la región, se concluye que varios establecimientos se encuentran en busca de un mejor plan mercadológico que dé un mejor sustento y apoyo de crecimiento propio. Por lo tanto, se proyecta determinar la viabilidad de la creación de una sociedad empresarial que otorgue crecimiento y más producción a establecimientos interesados en la funcionalidad del sistema.

2.2. Planteamiento del problema

Nos encontramos en una región donde emprender un nuevo negocio, es considerado inquietud, así como falta de confianza y conocimiento por parte del empresario potencial, esto debido a la alta competencia actual existente dentro de la zona. Por ello, los establecimientos ya concretos, no logran un avance o crecimiento como tal. Se planea la posibilidad de crear una sociedad empresarial con varias Pymes del mismo giro, con la finalidad de poder compartir mercado, utilidades, producción, etcétera, entre las mismas, buscando que a futuro sean más reconocidas y su producción y utilidades vallan en aumento.

- ¿Qué impacto tiene actualmente el ámbito empresarial dentro de la región?
- ¿Es factible la creación de una sociedad empresarial en la región?
- ¿Cuántos y cuales establecimientos buscan un mejoramiento empresarial?
- ¿A qué giro de empresas se enfoca el proyecto?
- ¿Cabe la posibilidad de que los establecimientos estén en disposición de trabajar en equipo?
- ¿En cuánto tiempo se lograra el nombramiento de la asociación?
- ¿Realmente, se necesita de una asociación empresarial para la creación y mejoramiento de empresas?

3. Objetivos

3.1. General

Lograr la formulación y creación de una sociedad empresarial que busque, fectúe un crecimiento de producción y mercado de varias empresas las cuales opten por pertenecer a una sociedad que de paso al cumplimiento de su objetivo mercantil.

3.2. Específicos

1. Demostrar que es posible una nueva sociedad empresarial en la región.
2. Identificar el giro empresarial que requiere un crecimiento en ámbito de mercado.
3. Convencer a establecimientos locales que es posible su crecimiento.
4. Construir una sociedad de empresas con potencia a nivel nacional.
5. Analizar recursos económicos que serán requeridos para la formulación de la sociedad.
6. Demostrar que gracias a una asociación empresarial, el crecimiento de mercados es posible.
7. Demostrar que a pesar del déficit de recursos, es posible llevar a cabo el proyecto.
8. Acercar en las empresas locales el interés del proyecto para el bien propio.
9. Generar una mayor fuente de empleo a futuro.
10. Crear un crecimiento profesional e intelectual de los empleados de la región, así como el propio.

4. Hipótesis

Las organizaciones actuales prueban nuevas estrategias para el logro y alcance del éxito como otras empresas con alto rango de desarrollo. Factores como la falta de conocimiento y recurso económico, mal manejo financiero y administrativo, individualismo empresarial y miedo a trabajar en equipo, son limitantes que los corporativos ponen en práctica, y que llevan a cabo un descontrol y mal manejo financiero y administrativo, es por ello que su desarrollo no resulta de manera efectiva.

Las empresas no tienen el conocimiento requerido ni la capacitación adecuada para llevar a cabo el correcto funcionamiento de un negocio, por tanto, debe seguirse una serie de pasos y estrategias para lograr un buen desarrollo y cumplir sus objetivos.

Se estima que al menos un 45% de las empresas regionales están dispuestas a cambiar sus estrategias de negocio para poder crecer y conocer más sobre el ámbito laboral enfocado al éxito, en base a tal hallazgo, se emplea un modelo de asociación empresarial inquiriendo a que empresas implementen un equipo de trabajo que de apoyo a una mejorar producción de las mismas. Pretendiendo a futuro el análisis de dichas compañías para verificar si realmente funciona el cambio de cada una de ellas, viéndose un resultado benéfico que acceda al alcance de negocios sumamente desarrollados y con gran competitividad.

Algunas estrategias que pueden manejarse son: actualizar administrativa y tecnológicamente la estructura de la compañía, mejorar el control financiero, estimular una mejor preparación de trabajo, intelectual así de como de la misma como de la empresa, poseer disciplina empresarial, formalizar métodos de motivación y tener disposición al cambio y la innovación.

5. Justificación

Una sociedad empresarial tiene como finalidad ajustar esfuerzos y recursos con planes económicos al realizar procesos de mercado tomando como referencia las estrategias propias de cada compañía que la integra. Su creación, se proyecta por una sola razón, mejora y desarrollo corporativo. En la actualidad, El Derecho Societario Mercantil, indica que es posible la creación de nuevas sociedades mercantiles tomando en cuenta dos tipos de procedimientos; instantáneo o simultaneo y publico sucesivo (Lozano, 2010). Con base a esta valiosa información, es factible que el proyecto que se está efectuando concluya con resultados benéficos, ya que existen hallazgos de referencia para que los establecimientos tratados, vean conveniente ser parte de una asociación empresarial.

Argumentando que al ser promovida una corporación, lleva consigo un objetivo empresarial, regularmente, el objetivo acentúa el crecimiento de la misma. El bajo nivel de mercado debido a la región o determinada competencia, hace que no sea factible un crecimiento de las empresas ajenas, por tanto, el establecimiento queda estancado generando la misma utilidad de siempre.

Está claro que la aplicación de un modelo de asociatividad empresarial, trae consigo factores benéficos como la mayor producción, venta y mercado, reducción de pasivos propios de la compañía, menor tiempo de espera para que la empresa funcione por sí sola, enriquecimiento de ideas y objetivos de todas y cada una de las empresas que se interesen en ser parte de una sociedad mercantil. Es por ello, que el objetivo de la presente investigación se enfoca principalmente en el aumento general de empresas, procurando que varias corporaciones implementen trabajar en equipo para que a futuro se genere más y mejor producción así como un amplio mercado y con ello, éxito importante dentro de las utilidades.

Así que, los principales beneficiados al implemento del proyecto, serán las organizaciones y quienes conforman la empresa, para la región, vendrá un impacto económico y crecimiento industrial, y en cuestiones innovadoras, la tecnología se verá reflejada de manera sustancial en la zona.

6. Marco Teórico

6.1. Antecedentes o marco histórico

Los cambios estructurales acontecidos en nuestro país desde la década del 90, han producido modificaciones en las condiciones en que opera la economía que han obligado a las Pymes a un replanteo estratégico para adaptarse a las nuevas exigencias competitivas. La globalización económica si bien por un lado, brinda oportunidades de acceso a nuevos mercado como consecuencia de los avances de información, tecnología y capital, por otro, para el sector Pyme en particular, trae aparejado amenazas que exigen a las empresas un cambio de estrategias aún de lograr una mayor ciencia para afrontar la competencia. En este nuevo escenario, la forma de funcionamiento tradicional de las Pymes se ha visto en la necesidad de encarar procesos de reconversión para sobrevivir en el mercado. No obstante ello, a pesar de la accesibilidad que caracteriza a este sector, una gran parte del mismo no ha podido afrontar con éxito las nuevas condiciones imperantes. Frente a esta realidad, el desarrollo de capacidades innovadoras, se convierte en un elemento fundamental para la búsqueda de una mayor competitividad; a razón de ello, se considera un modelo capaz de sobrellevar el desarrollo y crecimiento de las Pymes llamado Asociatividad (Poliak, 2001).

Según (Poliak, 2001). Cuando hablamos de asociatividad, incluimos una cantidad de conceptos, como acuerdos, alianzas estratégicas, articulación entre grandes empresas y pymes, eslabonamientos productivos, redes. Pero fundamentalmente es una estrategia de colaboración colectiva, que está vinculada a negocios concretos; es una herramienta al servicio de un negocio. Las empresas, en ese contexto, desarrollan un esfuerzo colectivo para la concreción de objetivos comunes, desde comprar en común programas de investigación y desarrollo

o mejores posicionamientos en la cadena de valor para su esquema de negociación”. Ahora bien, la asociatividad tiene varios ejemplos que han dado resultado benéfico a varias empresas, tomando en cuenta diversas perspectivas ejemplares como lo son algunas asociaciones empresariales nacionales.

Según (Luna, 1998), indica que tras el estudio realizado con la finalidad de conocer la contribución e impacto que han tenido las Asociaciones Empresariales (AEs), se argumenta que México tiene un gran capital institucional. Una gran cantidad de empresas mexicanas, están organizadas desde hace mucho tiempo en un sistema altamente complejo que abarca una enorme variedad de asociaciones. Este tipo de modelo, asegura que las organizaciones tendrán acceso a recursos que permitan introducir innovaciones prácticas que las hagan más competitivas.

Integrando al Consejo Coordinador Empresarial, fundado en 1976; ha sido base importante para poder clasificar algunas asociaciones mexicanas, que se han creado para un crecimiento propio. Como se muestra en la fig 1, dicha tabla indica un ejemplo de sociedades corporativas en México a partir de 1999.

Estructura del CCE, en 1999

	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓
Asociaciones							
sectoriales	Concanaco	Concamin	Coparmex	AMIS	CMHN	CNA	CCF
Organiza- ciones base	254 cámaras ¹	67 cámaras y 35 asocs.	57 centros			34 asocs.	2 asocs. ³
Afiliados o registrados	449,563	116,122	1,700	59	37	250,000	44
Porcentaje²	55	14,2	0,2	0,007	0,004	30,6	0,005
Sector	Comercio	Industria	Varios	Seguros	Varios	Agropec.	Finanz.

Figura 1: Asociaciones Empresariales CCE desde 1999.

El CCE ha sido considerado un factor esencial para las empresas él ya que, de alguna manera, ha logrado posicionar asociaciones empresariales en un alto desempeño comercial. Algunos ejemplos que se sostienen en base al trabajo de este Consejo son; empresas asociadas en ámbitos corporativos, centralizadas, sectoriales, heterogéneas y asimétricas.

En base a este tema, (y Leinder, 1999) y (Luna, 1998) han argumentado que, la estructura de las asociaciones empresariales es un factor clave para intervenir a favor del desempeño económico; dependiendo el potencial adquirido de tal sociedad.

Otros factores que también influyen de manera ejemplar y significativa dentro de nuestro proyecto, han sido la creación de las diferentes Sociedades Mercantiles en México, tales como:

- Sociedad en nombre colectivo.
- Sociedad en comandita simple (S. en C.).
- Sociedad de responsabilidad limitada (S. de R.L.).
- Sociedad anónima (S. A.).
- Sociedad en comandita por acciones (S. en C. por A.).
- Sociedad cooperativa (S. C.)

La regulación de las sociedades mercantiles, ha estado sujeta en nuestro país desde la época de la Colonia. Durante el presente siglo, los ordenamientos que aún rigen este ámbito es el Código Civil de 1928 - 1932 que indica la Ley General de Sociedades Mercantiles (Civil, 2010a).

Haciendo énfasis en la información, en resumen, nuestro proyecto de investigación tratara de crear una sociedad de empresas que conlleve a su crecimiento y desarrollo propio de ellas, con la finalidad de demostrar que por más pequeña que la organización sea, puede llegar a ser más reconocida con un mayor número de mercado.

Creación Y Gestión Del Conocimiento Empresarial.

Según la (OECD, 2003a), la gestión del conocimiento (GC) se ha convertido en uno de los principales temas de investigación y, en el paradigma de gestión por excelencia, en el campo de la organización y gestión de instituciones empresariales.

A principios del siglo XXI, se ha reconocido la necesidad de entender y medir la actividad de gestión de conocimientos para que las organizaciones y sus sistemas puedan mejorar lo que hacen y para que las administraciones puedan desarrollar políticas que promuevan estos beneficios (OECD, 2003b).

En épocas pasadas, estudios realizados y argumentados por (y Finkelstein, 2003), en la era posindustrial, el éxito de una empresa se encuentra más en sus capacidades intelectuales y en las de sus sistemas que en sus activos físicos. Uno de tales estudios ha mostrado que la capacidad de gestionar el intelecto humano y convertirlo en productos y servicios útiles se ha está convirtiendo a gran velocidad en la técnica directiva esencial de esta época (y Finkelstein, 2003).

Existen varias razones y motivos los cuales han inducido al ámbito empresarial a la necesidad de tener un mejor conocimiento para realizar un mejor desarrollo de sus procesos, algunos motivos según (Wiig, 1997), (Prusack, 1993) y (Rivero, 2002) son los siguientes:

-El sistema socioeconómico tras la Segunda Guerra Mundial: la humanidad se dirige hacia cambios que permiten el desarrollo y la demanda de productos y servicios basados en el conocimiento.

-Aparición y el desarrollo de las Tics: ya que facilitan enormemente el almacenamiento y la difusión de datos e información, así como la comunicación entre las personas, lo cual obliga a las empresas a actualizarse mutuamente.

-Éxitos de sociedades ajenas: La creciente importancia del conocimiento como base para la efectividad organizacional.

-El fracaso de los modelos financieros: tras pérdidas de utilidades empresariales. Las compañías han buscado la manera de una tal recuperación, desarrollando sistemas, modelos e indicadores que permitan tal redención.

-Los cambios acelerados y el aumento de la competitividad entre las organizaciones, que conlleva la necesidad de desarrollar estrategias de formación continua.

Ventajas Percibidas En La Aplicación Del Desarrollo De Conocimiento Empresarial.

En la siguiente figura 2 se muestran algunas de las principales ventajas las cuales se concretan al aplicar el modelo de Aplicación Del Desarrollo De Conocimiento Empresarial, experimentado en los años 1999-2001; aplicado en la unión de organizaciones.

Tabla 1.1. Principales usos y razones para la GC (elaborado a partir de Milan, 2001).

Principales usos de la GC (¿para qué?)	Principales razones para adoptar la GC (¿por qué?)
Capturar y compartir buenas prácticas.	Retener los conocimientos del personal.
Proporcionar formación y aprendizaje organizacional.	Mejorar la satisfacción de los usuarios y/o clientes.
Gestionar las relaciones con los usuarios y/o clientes.	Incrementar los beneficios.
Desarrollar inteligencia competitiva.	Soportar iniciativas de <i>e-business</i> .
Proporcionar un espacio de trabajo.	Acortar los ciclos de desarrollo de productos.
Gestionar la propiedad intelectual.	Proporcionar espacios de trabajo.
Realzar las publicaciones web.	
Reforzar la cadena de mando.	

Tabla 1.2. Ventajas percibidas por la existencia de sistemas de gestión del conocimiento (Alavi y Leidner, 1999).

Resultados del proceso		Resultados organizativos		
Comunicación	Eficiencia	Financiero	Marketing	General
Mejorar la comunicación.	Reducir el tiempo para la resolución de problemas.	Incrementar las ventas.	Mejorar el servicio.	Propuestas consistentes para clientes multinacionales.
Acelerar la comunicación.	Disminuir el tiempo de propuestas.	Disminuir los costes.	Focalizar en el cliente.	Mejorar la gestión de proyectos.
Opiniones del personal más visibles.	Acelerar los resultados.	Mayores beneficios.	Marketing directo.	Reducción de personal.
Incrementar la participación.	Acelerar la entrega al mercado.		Marketing proactivo.	
	Mayor eficacia global.			

Figura 2: Ventajas Percibidas En La Aplicación Del Desarrollo De Conocimiento Empresarial. (y Liender, 1999)

Estrategias De Éxito Dentro Del Modelo De Conocimiento Empresarial:

Según (Jones, 2002) y (y Leidner, 1999), la siguiente tabla 3 muestra algunos factores clave para generar éxito empresarial dentro del modelo de mejora de conocimiento de las empresas:

Tabla 5.1. Algunos factores clave de éxito para la GC.

Autor/a	Factores claves de éxito
Sallis y Jones (2002)	Situar el cambio en el contexto cultural. Confianza de los miembros en su organización. Liderato del personal directivo. Considerar escenarios alternativos. Producir estrategias coherentes.
Rivero (2002)	Partir de un modelo común sobre GC. Creación de una cultura común de conocimiento. Asegurar la existencia de suficiente base cultural. Disponer de un soporte tecnológico común. Evitar caer en la tentación de limitarse a «la cosmética».
Alavi y Leidner (1999)	Procurar que los datos sean utilizables, actuales, correctos y pertinentes. Asegurar la confidencialidad del cliente. Actualizar la información. Fomentar una cultura del conocimiento. Establecer responsabilidades en la GC. Determinar los requisitos de la infraestructura (actualizada, seguridad).

Figura 3: Factores de éxito en la Gestión de Conocimiento.

Dificultades Y Limitaciones En El Desarrollo De Procesos Para La Creación Y Gestión Del Conocimiento Empresarial.

De acuerdo a estudios realizados con anterioridad en base a la Gestión de Conocimientos Empresariales, se ha concluido que existen diversas dificultades y limitaciones en el desarrollo de procesos para el mejoramiento empresarial. Según (Pérez, 2004), los siguientes sucesos intuyen de manera drástica en dicho ámbito.

- a) Ausencia de objetivos: Muchas organizaciones consideran el desarrollo de un proyecto de GC como falta de motivación, cuando en realidad la GC no es más que un medio para conseguir objetivos organizacionales, tomar decisiones o solucionar problemas y conflictos detectados en la organización.
- b) Falta de planificación: La complejidad de los procesos de GC hace que las organizaciones se centren y viertan muchos recursos en la planificación de las pruebas piloto y olviden la posterior extensión de ese proyecto al resto de la organización.
- c) Responsabilidad difusa: las iniciativas en GC pueden verse abocadas al fracaso si se clarifican y se establecen una serie de responsabilidades en personas que se encarguen de todo el proceso. Es recomendable la existencia de un equipo de GC dedicado especialmente al diseño, al desarrollo y a la evaluación del proceso de GC.
- d) Contextualización: los proyectos de GC no se pueden generalizar, deben diseñarse en función de las características de la organización (valores y objetivos, estructura, sistema relacional y funciones organizativas).
- e) Confusión conceptual: muchas organizaciones tienden a confundir la gestión de la información con la gestión del conocimiento y utilizan tecnología por ejemplo: (intranets) potencialmente válida para procesos de GC, como simples almacenes de documentos de la organización.
- f) Falta de una cultura adecuada: la ausencia de una cultura adecuada para la GC nos conducirá irremediablemente al fracaso en nuestro empeño. En ocasiones, la existencia de una cultura inadecuada nos lleva incluso a considerar la palabra conocimiento como un tabú y, por tanto, cualquier referencia a acciones

relacionadas con el conocimiento debería hacerse utilizando eufemismos como mejores prácticas, estudios comparativos, etc (Davenport, 1998).

*Creacion Del Modelo De Asociatividad Para El Mejoramiento Y Crecimiento Empresarial.

En base a estudios realizados (Boyer, 1999) define el significado de la asociatividad así como su importancia en el desarrollo y el crecimiento de las pequeñas y medianas empresas ha teniendo como telon de fondo la coyuntura actual originada por la turbulencia financiera internacional.

Este mecanismo se entiende como una estrategia de colaboracion colectiva que persigue la creacion de valor a traves de la concrecion de objetivos comunes que contribuyen a superar la escasez de escalas individuales y a incrementar la competitividad, herramienta que es necesaria para la supervivencia de las pequeñas y medianas empresas. La asociatividad entre empresas permite aprovechar y potencializar las fortalezas de cada una de ellas, desarrollar proyectos mas eficientes y minimizar los riesgos individuales.

Beneficios Del Modelo De Asociatividad.

Segun (Lozano, 2007) y gracias a la aplicacion y manejo de este proyecto, entre otros beneficios que las Pymes obtienen de la asociatividad se encuentran:

- Integracion de diferentes canales de comercializacion
- Obtencion de economias de escala
- Ampliacion de los horizontes economicos con menores inversiones que las necesarias en forma individual
- Facilitamiento de acceso a tecnologias de punta, con menor inversion individual
- Mayores posibilidades de acceso al credito al contar con mejores garantias, y disminucion de costos fijos.

Aplicacion Del Modelo De Asociatividad.

Existen varios grupos empresariales, los cuales han aplicado el Modelo de Asociatividad, con el fin de mejorar su compania. Segun la (Civil, 2010b) las siguientes organizaciones han tenido exito tras la estudio de este modelo:

- *La Sociedad de hecho
- *Sociedad colectiva
- *Sociedad de responsabilidad limitada (SRL)
- *Sociedad anonima (SA) y cooperativas.

Todas las Sociedades anteriores estan reguladas por la Ley 19.550 de Sociedades Comerciales.

Argumentos Sobre Sociedades Empresariales Actuales

Segun (Madrid, 2002) es importante mencionar que las redes verticales son fundamentales para el crecimiento de las pequeñas y medianas empresas a traves de la participacion en cadenas de produccion con grandes armas. Por su parte, en las redes horizontales las empresas de la misma rama o subsector economico desarrollan sus actividades dentro de un mercado determinado.

Adicionalmente, existen nuevas formas para constituir alianzas estratégicas que han venido tomando fuerza entre las más usadas por las empresas. Una de ellas es la asociación de colaboración empresarial (ACE), la cual se constituye cuando dos o más empresas establecen una organización.

Resulta interesante ver como los modelos de asociatividad son una herramienta efectiva para que los sectores productivos pequeños y medianos logren insertarse y mantenerse en unos mercados que son cada vez más regionales, abiertos y competitivos. De igual forma es importante resaltar que dichos modelos se constituyen en formas alternativas de generación de riqueza y equidad dentro de los sistemas económicos y sociales de un país. En este sentido las alianzas estratégicas se han convertido en una táctica importante para mitigar los impactos de los ciclos económicos, particularmente aquellos en los que la economía atraviesa por dificultades.

La experiencia internacional y nacional sugiere que la organización asociativa de micros, pequeñas y medianas empresas es una forma de competir echas y unificadamente con los mercados internacionales. Sin embargo, cabe mencionar que para que estas asociaciones funcionen adecuadamente, es necesario que exista una sinergia entre el Gobierno y el sector productivo ([de colaboración empresarial, 2010](#)).

Analisis General

Desde tiempos anteriores, toda empresa siempre se ha preocupado por obtener más utilidades pero la mayoría de las veces, no se ha contado con el conocimiento ni las habilidades necesarias para dar paso a tal satisfacción.

Por lo anterior, se han creado modelos los cuales den apoyo a corporativos para que puedan tener un avance o crecimiento en su proceso de venta y/o producción. Es importante que las compañías cuenten con un modelo de conocimiento empresarial que abarque las estrategias, métodos y técnicas que les permitan dar paso a un mejoramiento empresarial. Aunque dentro de tal modelo, existan dificultades o barreras que detengan dicho paso, es efectivo el crecimiento cuando realmente se sabe aplicar, tomando en cuenta factores como; actualización, responsabilidad, mejorar y trabajar por objetivos, y una dicha planificación de crecimiento y mejora dentro del corporativo, la cual debe verse como el máximo proyecto de la empresa.

Se hace énfasis en el modelo de asociatividad, el cual contribuye a la unión de varias empresas que conformaran una sociedad empresarial, recolectando en sí grandes beneficios, lo único que hace falta es el interés de las empresas por querer trabajar en equipo, compartir sus metas y objetivos como empresa y ver que el trabajo en conjunto, será por el bien propio y el mercado potencial que logren acaparar.

6.2. Marco conceptual

Para entender mejor el objeto del proyecto en su estudio, se ven reflejados argumentos que no se logran intuir, en base a los objetivos planteados, una de las características principales es dejar en claro para los posibles involucrados en el implemento del proyecto lo que realmente se pretende lograr. A continuación se destacan los principales términos que hacen posible una mejor visión del objeto de estudio.

*Asociatividad: Se entiende como la propiedad de una ley de composición, según la cual pueden asociarse varios factores de un sistema ordenado y sustituirlos por el resultado de la operación parcial efectuada con ellos, sin modificar el resultado final.

*Gestión: La gestión enfocada en el ámbito empresarial se percibe como una actividad industrial que a través de diferentes individuos especializados, directores institucionales, consultores, productores, gerentes, entre otros, y de acciones, pretende mejorar la productividad y la competitividad de una empresa o de un negocio, llevando a cabo diversas estrategias de innovación y adaptación al cambio.

*Conocimiento Empresarial: El término es referente al cumplimiento de misiones corporativas, a partir de enriquecer conocimientos objetivos y subjetivos durante el proceso por el cual una organización, facilita la transmisión de informaciones y habilidades a sus empleados, de una manera sistemática y eficiente.

*Desarrollo Potencial Corporativa: Hace referencia en dos conceptos base, macro y micro entorno industrial en una determinada zona. La primer parte derivado del hecho en que actua un pais, una region, una zona climatica, un sistema politico, juridico y economico determinados; determina las posibilidades de funcionamiento y desarrollo de la empresa, aunque es incapaz de cambiarlas. Debido a la influencia que cada empresa debe prever para la formacion de sus futuras oportunidades y amenazas y adaptar a ellas su estrategia de desarrollo. Por otro lado, el macroentorno, define el sector de empresas que ofrecen los mismos productos o servicios. Se dirige a elementos con mayor impacto sobre la empresa y la estrategia que aplica, desarrollan sus actividades, determinan su funcionamiento interno e incide directamente en sus resultados.

*Objetivo Mercantil: Una sociedad mercantil tiene como objetivo primordial la realizacion de actos de comercio o, en general, una actividad sujeta al derecho mercantil y se diferencia de una sociedad civil en el hecho de que esta ultima no contempla en su objeto social actos mercantiles.

*Sociedad: La sociedad mercantil es una persona juridica que tiene como finalidad realizar actos de comercio sujetos al Derecho comercial. La sociedad mercantil posee caracter nominativo en donde existe la obligacion y la aplicacion de ese aporte para lograr un fin economico.

*Deficit de recursos: En terminos de economia es un saldo negativo el cual ocurre cuando los egresos de una empresa o negocio son mayores a sus ingresos, es senal de que existe una falta de fondos dentro de una cuenta, referente a falta o bloqueo para indicar la ausencia de algo luego de terminar de hacer movimientos empresariales.

*Crecimiento Intelectual: El crecimiento es el proceso mediante el cual los seres humanos aumentan su tamano y se desarrollan hasta alcanzar la forma y la fisiologia propias de su estado de madurez.

*Profesionalismo: Desempeno propio personal, enfocado al ambito laboral y disposicion de generar ideas a partir de innovaciones y visiones a futuro.

*Estrategias Empresariales: Es llamada gestion estrategica de empresas, busca deliberadamente planes de accion que desarrolle la ventaja competitiva de una empresa y la acentue, de forma que esta logre crecer y expandir su mercado reduciendo la competencia.

6.3. Marco referencial

De acuerdo a las investigaciones realizadas con el objetivo de llevar a cabo una mejor retroalimentacion, enfocada en el plan de trabajo para la ejecucion del presente proyecto, se llevo a cabo una rigurosa investigacion documental que incluye citas, URL, articulos, libros, referencias, entre otras partes que describe generalmente el marco teorico, esto con la finalidad de poder entender mejor hacia donde va dirigido la tecnica del proyecto.

en la siguiente Figura 4, se muestra el analisis de toda la informacion percibida que se llevo a cabo para la retroalimentacion del plan de estudio del proyecto.

Referencia	Informe	Análisis
(Poliak, 2001).	Su informe trata de los cambios estructurales, globalización económica, exigencias competitivas de las Pymes, estrategias de competencia, y accesibilidad de éxito empresarial.	Los cambios estructurales generan cambios en las condiciones en que la economía dónde las Pymes trabajan en estrategias para adaptarse a la competencia. La globalización económica brinda oportunidades de acceso a nuevos mercado. El acceso para afrontar con éxito las nuevas condiciones empresariales, debe adaptarse a estrategias innovadoras, generando una mayor competitividad.
(Luna, 1998)	Este informe trata del principal impacto de las asociaciones empresariales, y forma parte del Consejo Coordinador Empresarial (CCE).	El impacto que han tenido las Asociaciones Empresariales demuestra que las empresas pueden ser mejor organizadas tras el sistema de agrupación y trabajo en equipo, además se tendrá acceso a recursos que permita la innovación y competitividad. Referente al Consejo Coordinador Empresarial, clasifica algunas asociaciones mexicanas, que se han creado para un crecimiento propio.
(Leinder, 1999)	Habla en general de las sociedades creadas que han tenido éxito empresarial, como: Sociedad en nombre colectivo, Sociedad en comandita simple, Sociedad de responsabilidad limitada, Sociedad anónima, Sociedad en comandita por acciones, Sociedad cooperativa.	Tales sociedades han tenido que pasar por un trayecto de asociación para poder garantizar que el modelo de asociatividad empresarial, es realmente conveniente. Se puede ver reflejado ya que son conocidas a nivel mundial, generando éxito a las empresas que integran cada una de las sociedades.
(Civil, 2010)	Esta referencia trata sobre las funciones del El Código Civil de 1928 – 1932.	Si bien, éste código ha sido el encargado de validar las sociedades que deciden integrarse al modelo de asociatividad empresarial, algunos ejemplos lo muestra la referencia anterior.
(OECD, 2003), (Finkelstein, 2003), (Wiiig, 1997), (Prusack, 1993) y (Rivero, 2002)	Estos autores se enfocan primordialmente en el tema: Creación Y Gestión Del Conocimiento Empresarial.	Las condiciones del entorno empresarial de hoy, donde la alta complejidad y la fuerte competitividad se imponen, están convirtiendo a la gestión del conocimiento en la empresa, en un elemento de vital importancia para asegurar la sostenibilidad de los negocios y empresas del mundo. Influye de forma sustente la globalización de las relaciones comerciales, la crisis mundial, el desarrollo tecnológico y la aparición de sectores de rápido crecimiento, están haciendo que la habilidad para obtener información y transformarla en un conocimiento útil que pueda ser rápidamente incorporado en la organización para después, ponerlo en práctica, sea la mejor ventaja con la que jugar frente a la competencia y el reto de atender mejor a los clientes.
(Jones, 2002)	El informe de esta referencia, destaca las principales Estrategias De Éxito Dentro Del Modelo De Conocimiento Empresarial.	Generar estrategias, se considera fuente fundamental de iniciativa hacia el cambio y mejoramiento de aspectos relacionados con la industria. Al enfocarse en el tema del proyecto, la generación de estrategias es primordial para que resulte benéfico la asociación empresarial.
(Pérez, 2004)	El autor menciona las principales dificultades Y Limitaciones En El Desarrollo De Procesos Para La Creación Y Gestión Del Conocimiento Empresarial.	Existen limitaciones en el desarrollo de procesos para el mejoramiento empresarial. Entre ellos: Ausencia de objetivos y toma de decisiones, falta de planificación, responsabilidad difusa, contextualización de valores y objetivos, estructura, sistema relacional y funciones organización, confusión conceptual, entre otras.
(Madrid, 2002)	Enfocado en algunos Argumentos Sobre Sociedades Empresariales Actuales	El crecimiento de las pequeñas y medianas empresas a través de la participación en cadenas de producción se indica que existen nuevas formas para constituir alianzas estratégicas que han venido tomando fuerza entre las más usadas por las empresas. Una de ellas es la asociación de colaboración empresarial, la cual se constituye cuando dos o más empresas establecen una organización. Los modelos de asociatividad son una herramienta efectiva para que los sectores productivos pequeños y medianos logren insertarse y mantenerse en unos mercados que son cada vez más regionales, abiertos y competitivos, es una forma de generación de riqueza y equidad dentro de los sistemas económicos y sociales de un país. Se sugiere que la organización asociativa de empresas es compita con los mercados internacionales.
	Enfocado a los Beneficios Del Modelo De	Si bien, ya se ha mencionado a grandes rasgos sobre los beneficios que trae este modelo, entre ellos: Integración de diferentes canales de comercialización,

7. Metodología

7.1. Población o universo/ muestra

Se ha realizado la aplicación de encuestas mediante el resultado del tamaño de muestra. El tipo de muestreo utilizado es el Estratificado, el procedimiento de este tipo de muestreo (NEDARC, 2016) dividiendo los grupos en tipos de giro de empresas regionales: comercial, transporte y gastronómica, cada grupo con su respectivo número total de empresas. La aplicación del tamaño de muestra se trabajó en base a las organizaciones de Sombrerete que están registradas en la página SIEM (SIEM, 2016), la cual indica un total de 195 empresas.

La siguiente Figura 5, muestra detalladamente el proceso de trabajo para concluir con éxito la muestra determinada.

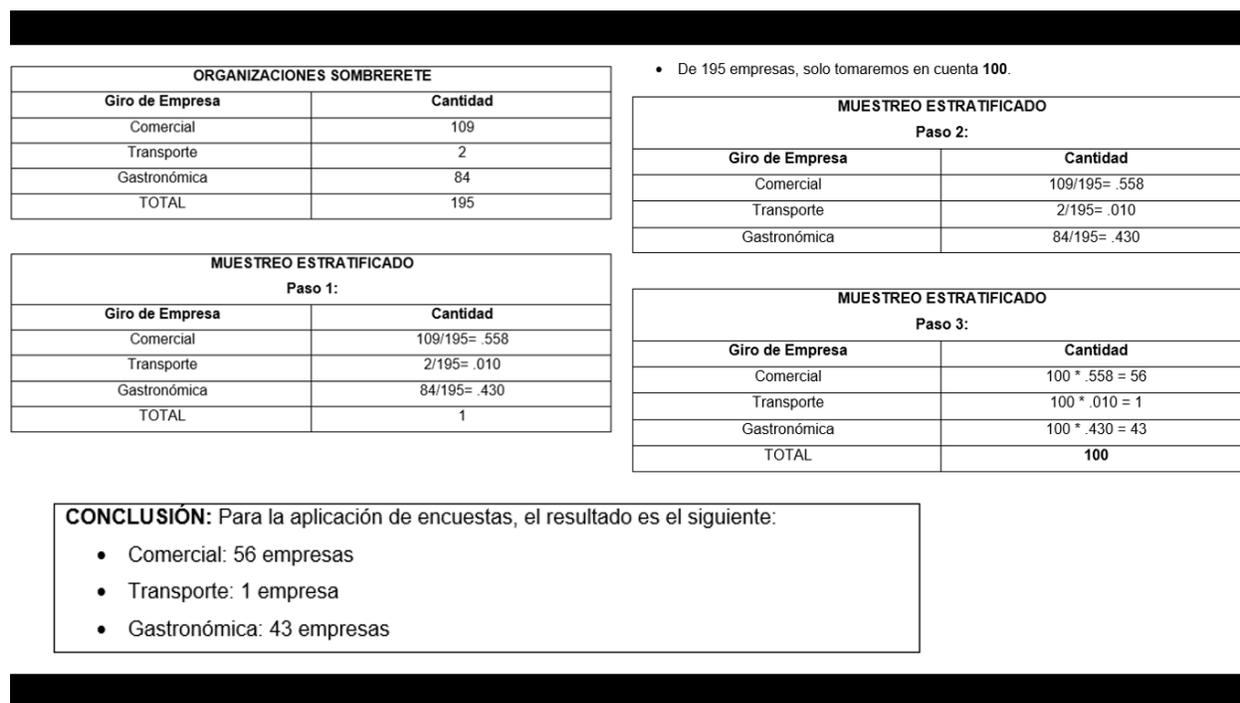


Figura 5: Ejecución del tamaño de muestra para aplicación de instrumento de investigación.

La muestra total indica 195 empresas se integran al estudio, de las cuales, en base a los cálculos, resulta que dé (56 de 195) serán aplicadas para giro comercial, (1 de 195) para transportes y (43 de 195) a establecimientos gastronómicos.

7.2. Tipo de estudio

Se llevan a cabo dos tipos de investigación “Cuantitativa y cualitativa”. Enfocados en la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, por otra parte se efectúa la recolección de datos sin medición numérica, o bien, uso de la observación, para poder responder las preguntas de investigación en el proceso de interpretación del proyecto.

7.3. Descripción del Instrumento

Se efectuaron dos tipos de instrumento, el primero solo contiene 10 reactivos con solo tres alternativas de respuesta (Desacuerdo, de acuerdo y completamente de acuerdo). El cual, al ser evaluado por profesionistas, se complementa de la siguiente manera; el instrumento implementado durante su aplicación en base al tamaño de muestra, está compuesto por 15 cuestiones referentes al posible interés que se tiene por ser parte de una sociedad corporativa. Las alternativas de respuesta son cinco (Total desacuerdo, desacuerdo, indeciso, de acuerdo y totalmente de acuerdo).

7.4. Procedimiento de recolección

Se realizó una encuesta con la finalidad de ser aplicada a empresas potenciales de la región, las cuestiones están relacionadas básicamente en el interés que se tiene por ser parte de una sociedad corporativa. Como primer actividad, se llevó a cabo una prueba piloto que consta de la aplicación de solo 20 empresas, cabe mencionar que para esta aplicación solo se llevaron a cabo la ejecución de solo 10 cuestiones, para luego retroalimentar el instrumento agregando 5 cuestiones más que se consideran de importancia. A partir de ello, se determina el tamaño de muestra que realmente concluye la cantidad debida de ejecución de entrevista.

Procedimiento de manejo estadístico de la información

7.5.

Para toda aplicación de tamaño de muestra que tiene como finalidad la ejecución de proyectos empresariales, deben existir movimientos estadísticos que definan más a fondo los respectivos resultados finales. Este proyecto se prestó para lo siguiente: durante la exploración del proyecto, se llevan a cabo métodos estadísticos que se enfocan en la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, procurando establecer patrones de comportamiento y probar las teorías planteadas para llevar a cabo el proyecto, y con ello obtener resultados en base a procedimientos estadísticos.

7.6. Procedimiento de manejo estadístico de la información

Al hacer las encuestas de dicho proyecto se grafico en el programa de Excel los resultados obtenidos de las respuestas que cada una de las empresas dio, esto con el fin de ver los porcentajes que se obtuvieron de la factibilidad de la asociación empresarial, así mismo dando a conocer el resultado obtenido de cada pregunta de la encuesta aplicada a los diferentes giros de empresas que hay dentro de la región.

8. Resultados obtenidos y discusión

El propósito principal de este proyecto, ha sido con la finalidad de llegar a conclusiones que permitieran reconocer su viabilidad así como su factibilidad para ser aplicada de acuerdo a sus objetivos propuestos y a la respectiva metodología que se propuso para llevar a cabo un plan de actividades que condujeran a posibles resultados benéficos.

Desarrollo de conocimiento para el mejoramiento de empresas, es una prueba que en la factibilidad, implementarla no es un 100% segura ya que depende de una rigurosa toma de decisiones para formar parte de una sociedad empresarial. Sin embargo, en base al objeto de estudio que se ejecuto, se puede resumir que se ha encontrado respuesta viable a la cuestión principal del proyecto. En base a los objetivos y la pregunta principal por la cual se trabajo: ¿ es posible la creación de una sociedad empresarial dentro del pueblo de Sombrerete?, se a concluido que un porcentaje considerable de empresas esta de acuerdo en cada una de las cuestiones para llevar a cabo el proyecto. Este hallazgo es esencial y significativo para la continuación del proceso de investigación en base al proyecto, ya que es menor el porcentaje de encuestados que no indican un desacuerdo total en la posibilidad de ser parte de una asociación empresarial.

Tomando en cuenta los hallazgos adquiridos, se puede concluir que si es probable una asociación de empresas regionales, ya que se esta en una etapa donde los empresarios buscan mejoría para su empresa, así mismo la generación de mejores utilidades, crecimiento y desarrollo dentro y fuera de la region, un mercado mas amplio y mas recursos para la mejora de sus instalaciones. En sí el proyecto lleva consigo objetivos benéficos para organizaciones que decidan agruparse, ya que se muestra factible un crecimiento notable en organizaciones al compartir recursos propios con mas organizaciones.

De acuerdo a los objetivos formulados, lograra la creación de una asociación empresarial, la cual busca el crecimiento de producción de empresas, por los hallazgos adquiridos, se ha demostrado que es posible una nueva sociedad empresarial en la region, siempre y cuando se tomen en cuenta diversos giros industriales para generar mas confianza en las organizaciones. A pesar del déficit de recursos económicos, se intenta mostrar que a futuro el crecimiento de mercados y niveles socioeconómico es posible, ya que se forja una mayor fuente de empleo y un crecimiento profesional e intelectual de los empleados de la region.

Es por ello que dentro de la region las encuestas aplicadas se dividieron en tres rubros, comercial, transporte y gastronómica con la finalidad de obtener una respuesta mas acertada y precisa, el porque de dividir las empresas en rubros fue para detectar si tenia la misma visión o si cambiaban las respuestas, ya que ha toda la muestra se le aplico la misma encuesta.

Dentro de las encuestas aplicadas a las empresas gastronómicas se obtuvieron los siguientes resultados, como se muestra en la figura 6 :

EMPRESAS DE GASTRONOMICA Resultados

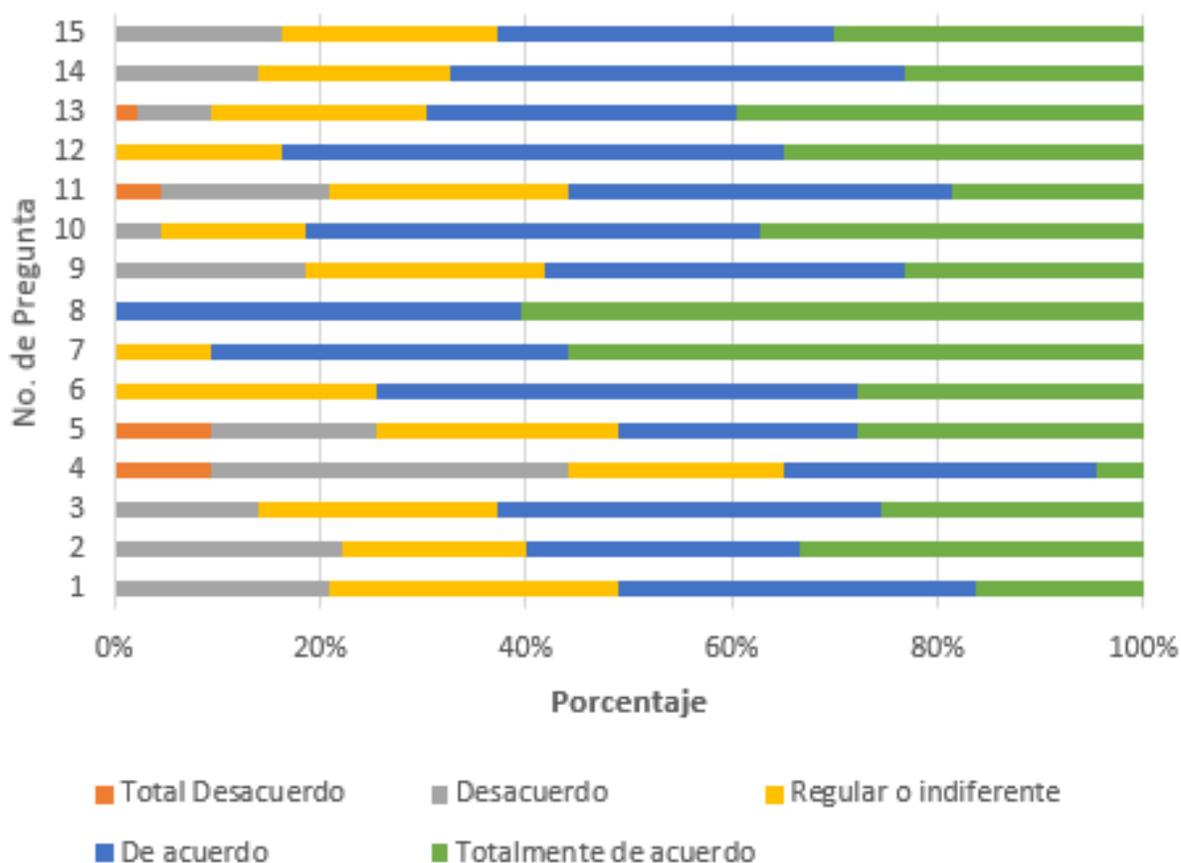


Figura 6: Datos obtenidos de las empresas gastronómicas

En base a los resultados obtenidos de la gráfica de gastronomía, se muestra que un rango del 80% está totalmente de acuerdo que si sería factible y accesible dentro de la región una asociación empresarial para el crecimiento y desarrollo de las empresas, el rango del 60% también estuvo de acuerdo ya que vieron conveniente el asociarse con otras empresas y poder crecer y estar al nivel de la misma empresa a la cual se asociaron, el 40% optó por la opción de regular o indiferente ya que son empresas que están indecisas por el simple echo del miedo a fracasar o que arriesguen demasiado sin obtener buenos resultados, el rango del 20% estuvo en desacuerdo ya que les da miedo crecer y prefieren mantenerse en su zona de confort sin arriesgar nada y mantenerse como están, también el factor que influyó en este porcentaje fue la desconfianza hacia otras empresas al momento de asociarse con ellas.

Así mismo al adquirir la información obtenida de las empresas comerciales se consiguieron los siguientes resultados redactados en la figura 7:

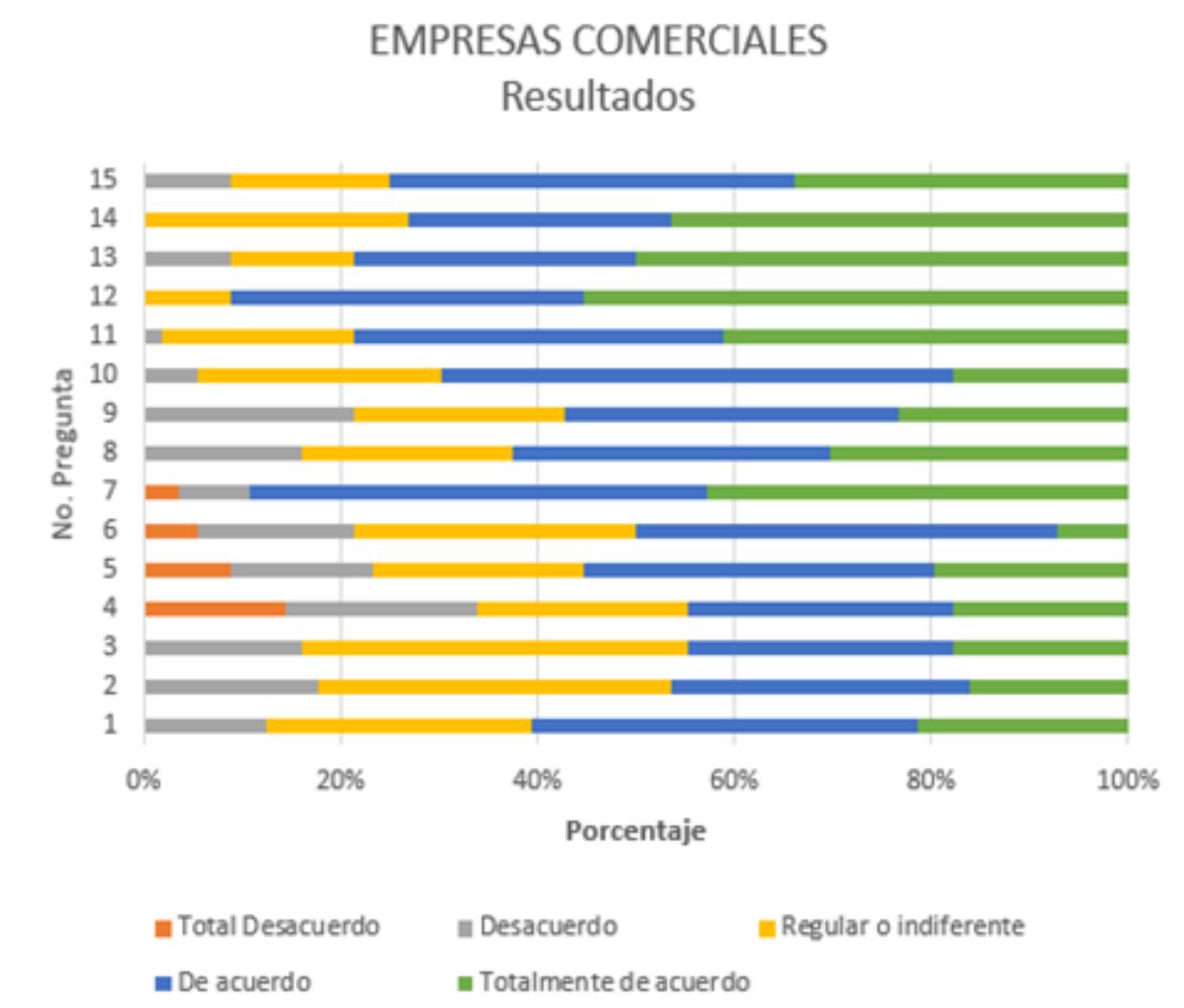


Figura 7: Datos obtenidos de las empresas comerciales.

Dentro del giro de las empresas comerciales, como se redacta en la grafica y de acuerdo a las encuestas aplicadas a cada una de ellas las cuales en total fueron 56 empresas de las que se obtuvieron resultados, se mostro que al igual que las empresas gastronómicas se obtuvieron resultados similares ya que la mayoría de las empresas están totalmente de acuerdo con integrarse a una asociacion empresarial, asi mismo al interpretar los resultados se muestra que como toda empresa tiene su desconfianza al asociarse con otras por motivos de que las otras empresas no vallan a responder de la manera que se pretende para llegar a obtener los resultados esperados.

Para esto mismo se llego a un resultado de aplicar una encuesta a una empresa de transporte para asi analizar y concluir si los resultados de dichos rubros están en el mismo pacto en cuanto a la asociacion empresarial, los resultados obtenidos de dicha empresa de transporte se muestran en la siguiente figura 8 :

EMPRESAS DE TRANSPORTE Resultados

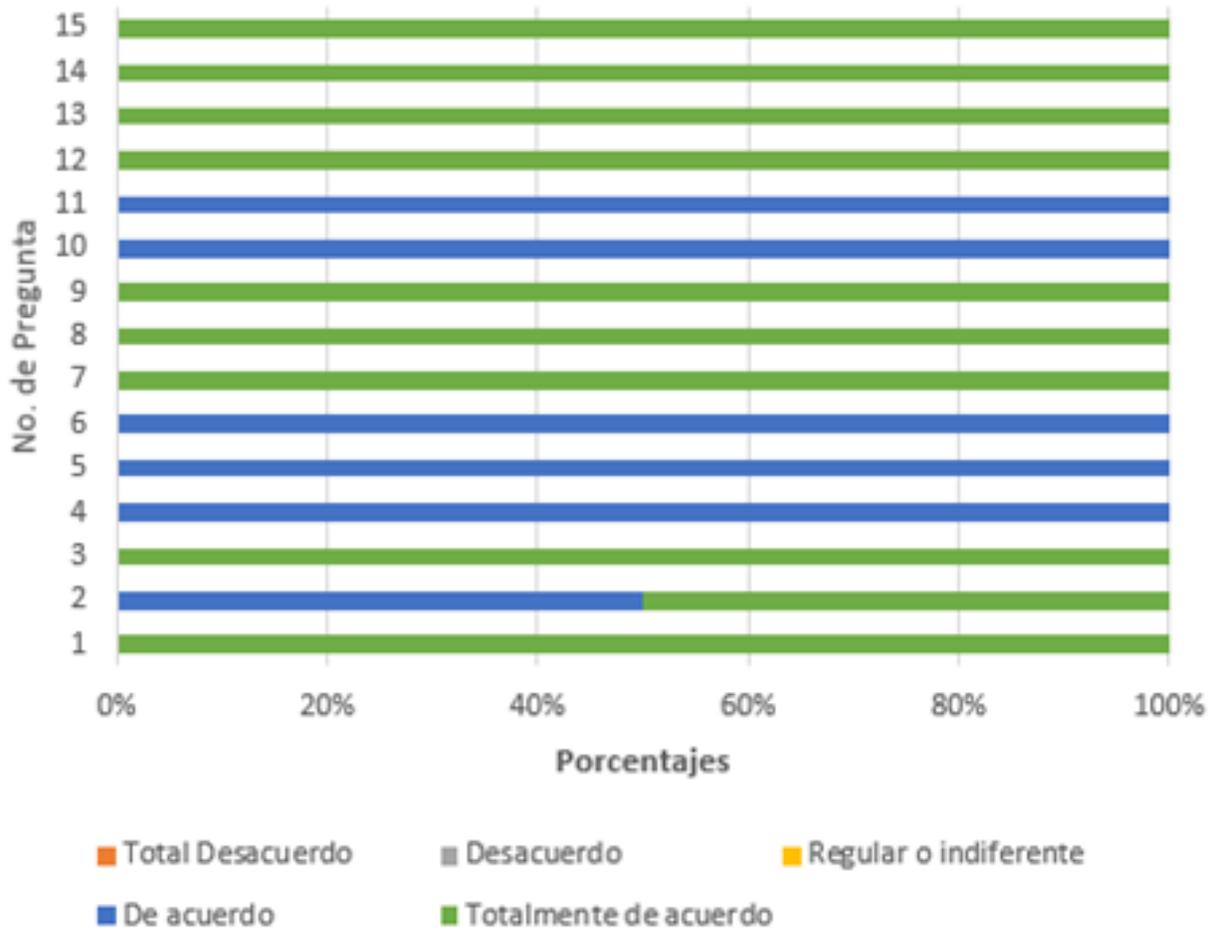


Figura 8: Datos obtenidos de la empresa de transporte.

Redactando los resultados de la empresa de transporte, tal como se muestra en la grafica se identifico que si es posible la creación de una asociacion empresarial, ya que de acuerdo a la encuesta aplicada a dicha empresa nos deja en claro que sí es factible dicho proyecto, por lo mismo que se indago en las preguntas aplicadas para su mejor entendimiento de que es lo que se pretende llegar a obtener, para ello la grafica nos muestra que la empresa si esta dispuesta a ser parte de la asación empresarial ya que sí es compatible aquí dentro de la region.

De tal manera se redacto que los tres rubros empresariales con diferente giro están en la misma sintonía con dicha asociacion, ya que al aplicarles la encuesta a cada uno de ellos los resultados fueron similares-iguales dentro de las encuestas aplicadas se plasmo lo que cubre una asociacion, asi mismo dando a entender lo que se pretende alcanzar al formar la asociacion y que los empresarios estén de acuerdo, ya que la punto de vista

de ellos si les es ó no favorable dicho proyecto para su mejor crecimiento, emprendiendo a un mejor futuro.

9. Conclusión

Analizar y evaluar la viabilidad del proyecto Sociedades para demostrar la formulación de una dentro de la zona, se efectuó la adaptación y argumentos de fuentes bibliográficas confiables, las cuales retroalimentaron de forma sustancial la meta de tal proyecto. Ha sido un arduo trabajo de investigación, sin embargo se ha llegado a conclusiones benéficas que dan como resultado la factibilidad de llevar a cabo el proyecto. Al poner en practica la metodología de estudio, se concluye que a partir de la búsqueda y reconocimiento de empresas, así como giro y tamaño de ellas y una respectiva aplicación del tamaño de muestra para determinar el número de empresas a encuestar, nos hemos contactado con las organizaciones con el fin de planificar una sociedad de empresas, lo cual se referencia a una verificación del logro de objetivo del proyecto. Aún falta trabajo de implemento, como fijar y estabilizar los recursos económicos que mantengan de pie la sociedad corporativa, aun así, los resultados obtenidos se consideran de gran apoyo para seguir en el proceso de creación de la sociedad.

10. Anexos

La siguiente tabla 9, muestra el instrumento aplicado a las empresas con respecto al tamaño de la muestra real, se describe que en el punto "Resultados y discusión, se muestran las gráficas que representan valores del 1 al 15, tales razones representan el número de pregunta que a continuación se presenta:

ENCUESTA EN BASE A TAMAÑO DE LA MUESTRA:

1. ¿Está satisfecho con el rendimiento y utilidades que le genera su empresa?				
Total desacuerdo	De acuerdo	Indeciso	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
2. ¿Le han surgido situaciones en las cuales tenga que tomar la decisión de cerrar su empresa?				
Total desacuerdo	De acuerdo	Indeciso	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
3. ¿Le interesa trabajar en equipo?				
Total desacuerdo	De acuerdo	Indeciso	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
4. ¿Piensa que dentro de la región es el único lugar donde se establezca la empresa?				
Total desacuerdo	De acuerdo	Indeciso	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
5. ¿La planeación del negocio está funcionando y todos participan en el proceso de alguna manera?				
Total desacuerdo	De acuerdo	Indeciso	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
6. ¿El trabajo en los diferentes departamentos de la organización es alentada activamente?				
Total desacuerdo	De acuerdo	Indeciso	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
7. ¿Le gustaría generar más utilidades a su empresa?				
Total desacuerdo	De acuerdo	Indeciso	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
8. ¿Le gustaría posicionarse en nuevas sucursales y ser reconocido a un nivel más alto que el regional?				
Total desacuerdo	De acuerdo	Indeciso	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
9. ¿Estaría dispuesto a ser parte de una sociedad empresarial mediante un proyecto de asociatividad?				
Total desacuerdo	De acuerdo	Indeciso	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
10. ¿Cree usted que es factible la creación de sociedades empresariales dentro de la región?				
Total desacuerdo	De acuerdo	Indeciso	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
11. ¿Cree que en la forma de vida de la región influya en la creación de la asociación empresarial?				
Total desacuerdo	De acuerdo	Indeciso	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
13. ¿Piensa que un estudiante cuenta con conocimiento necesario para llevar el proyecto a cabo?				
Total desacuerdo	De acuerdo	Indeciso	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
14. ¿Cree que la generación de empleo depende del abastecimiento de empresas?				
Total desacuerdo	De acuerdo	Indeciso	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
15. ¿La poca producción pone en situación crítica a una organización?				
Total desacuerdo	De acuerdo	Indeciso	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

Figura 9: Instrumento de aplicación para determinar la viabilidad del proyecto.

Referencias

- Boyer. Argumento de Asociatividad. Asociaciones Mercantiles, 1999.
- Código Civil. Ley de Sociedades Comerciales. México DF., 2010a.
- Código Civil. asociaciones de empresas. México DF, 2010b.
- Davenport. Gestión de Conocimiento. Limitaciones En El Desarrollo De Procesos Para La Creación Y Gestión Del Conocimiento Empresarial., 1998.
- Asociación de colaboración empresarial. Sociedades Empresariales en el Entorno. 2010.
- Jones. Gestión de Conocimiento de Empresas. 2002.
- Castillo Leal. Modelo de desarrollo de conocimiento para medir el desempeño de la empresa — Castillo Leal — Red Internacional de Investigadores en Competitividad. Red Internacional de Investigadores en Competitividad, 2010.
- Lozano. Beneficios de la Gestión de Conocimiento. Conocimiento Empresarial, 2007.
- María Angélica Lozano. Modelos de asociatividad: estrategias efectivas para el desarrollo de las Pymes. [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid = S0120 – 81602010000100014](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-81602010000100014), 2010. *URL*. Accessed on Sat, May 26, 2018.
- Matilde Luna. Modelos Asociación De Empresas. Ventajas Del Conocimiento de Desarrollo Empresarial, 1998.
- Madrid. Las Sociedades Empresariales. 2002.
- NEDARC. NEDARC - Stratified Sampling. <http://www.nedarc.org/statisticalHelp/selectionAndSampling/probabilitySampling/> 2016. *URL* <http://www.nedarc.org/statisticalHelp/selectionAndSampling/probabilitySampling/stratifiedSampling.html>. Accessed on Sat, May 26, 2018.
- OECD. Origen y desarrollo empresarial. Desarrollo Empresarial, 2003a.
- OECD. Origen y Desarrollo de Empresas. Desarrollo Empresarial, 2003b.
- Raúl Poliak. Asociatividad. Revista Idea, 2001.
- Prusack. Origen y desarrollo de conocimiento empresarial. ORIGEN DE CONOCIMIENTO EMPRESARIAL, 1993.
- Montes y Vázquez Pérez. Aprendizaje Organizativo en Marketing. Mercadotecnia Mod II, 2004.
- Rivero. Origen y desarrolllo de conocimiento. Revista Empresas Grandes, 2002.
- SIEM. SIEM — Secretaría de Economía — Gobierno — gob.mx. <https://www.siem.gob.mx/>, 2016. *URL* <https://www.siem.gob.mx/>. Accessed on Sat, May 26, 2018.
- Wiig. Origen y desarrollo empresarial. Desarrollo de Empresas, 1997.
- Anderson y Finkelstein. Origen E Importancia De La Gestión Del Conocimiento. Gestión y Desarrollo Empresarial, 2003.
- Rivero y Leidner. Estratégias Empresariales. Éxito Empresarial, 1999.
- Boyer y Leinder. Análisis de la Gestión del Conocimiento de Empresas. MODELOS DE ASOCIATIVIDAD, 1999.
- Alavi y Liender. Ventajas Percibidas En La Aplicación Del Desarrollo De Conocimiento Empresarial. 1999.