

Universidad Autónoma de Querétaro

Facultad de Ingeniería

Maestría en Diseño e Innovación

DISEÑO METODOLÓGICO BASADO EN GESTIÓN DE CONOCIMIENTOS, PARA CONTENIDOS AUDIOVISUALES EN MEDIOS DIGITALES MULTIPLATAFORMA EN INSTITUCIONES EDUCATIVAS.

Tesis

Que como parte de los requisitos para obtener el Grado de

Maestro en Diseño e Innovación

Presenta

LCP. Lidia Pamela Cortés Morales

Dirigido por

Dra. Sandra Luz Guerrero Ramírez

Co-Director:

Dra. Norma Maricela Ramos Salinas

Dra. Sandra Luz Guerrero Ramírez
Presidente

Dra. Norma Maricela Ramos Salinas
Secretario

Dra. Vanesa del Carmen Muriel Amezcua
Vocal

M. en I. Jorge Arturo García Pitol
Suplente

Dr. Epigmenio Muñoz Guevara
Suplente

Centro Universitario, Querétaro, Qro.

Febrero 2020

México

Dirección General de Bibliotecas UAQ

Dedicada a mis padres.

Agradecimientos

Agradezco a todos aquellos que han estado en este camino por su confianza, enseñanza y paciencia: A mis padres principalmente, quienes me dieron la fuerza y todo el apoyo en esos días de desaliento. A mi directora de tesis por encontrarme en el momento más confuso de todo este proceso y condujo este trabajo hasta el final. A mis amigas por brindarme alegría y ánimos para continuar. A todas las personas que se fueron durante todo este proceso. A mi hermano, porque soy consciente que con el ejemplo se educa. Y finalmente a quienes han estado en este camino enseñándome sobre el valor del esfuerzo y el trabajo que me ha permitido dar lo mejor de mí.

INDICE

RESUMEN.....	9
ABSTRACT	10
<u>CAPÍTULO I.....</u>	<u>11</u>
INTRODUCCIÓN.....	11
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	12
JUSTIFICACIÓN	13
<u>CAPÍTULO II.....</u>	<u>15</u>
ANTECEDENTES.....	15
TVUAQ.....	15
FUNDAMENTO TEÓRICO.....	16
SOCIEDAD DEL CONOCIMIENTO	16
GESTIÓN DE CONOCIMIENTO	19
MODELOS DE GESTIÓN DE CONOCIMIENTO.	23
PRODUCTIVIDAD.....	26
MEDIOS DE COMUNICACIÓN.....	27
<u>CAPÍTULO III.....</u>	<u>30</u>
HIPÓTESIS	30
<u>CAPÍTULO IV</u>	<u>30</u>
OBJETIVOS.....	30
OBJETIVO GENERAL	30
OBJETIVOS ESPECÍFICO	30
<u>CAPÍTULO V</u>	<u>31</u>
METODOLOGÍA.....	31
MODELO TEÓRICO-METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN	31
MATRIZ DE CONGRUENCIA	33
DESCRIPCIÓN DE VARIABLES.....	34
DESCRIPCIÓN DE MEDICIÓN DE LAS VARIABLES	36
SELECCIÓN DE LA MUESTRA	37
PRUEBA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO	40

CAPÍTULO VI	42
RESULTADOS Y DISCUSIÓN	42
RESULTADOS DE LA PRUEBA DE ALFA DE CRONBACH	42
RESULTADOS Y GRÁFICAS DESCRIPTIVAS	43
RESULTADOS Y GRÁFICAS INFERENCIALES	58
CAPÍTULO VII	61
CONCLUSIONES	61
COMPROBACIÓN DE HIPÓTESIS	61
HALLAZGOS POR VARIABLE	63
PROPUESTA METODOLÓGICA	67
CAPÍTULO VIII	74
BIBLIOGRAFÍA Y REFERENCIAS.....	74
ANEXOS	78
ANEXO. (A)	78
ANEXO. (B)	85
ANEXO. (C)	93
ANEXO. (D)	97
ANEXO. (F).....	139

Dirección General de Bibliotecas UAO

Tabla 1	Definiciones del conocimiento	18
Tabla 2	Resumen de la metodología de la investigación	31
Tabla 3	Matriz de congruencia	33
Tabla 4	Bloque del instrumento de medición para la presente investigación	36
Tabla 5	Diseño muestral para la aplicación de instrumento	38
Tabla 6	Relación de grado de error, nivel de confianza y cálculo de Z en tablas	40
Tabla 7	Resumen de procesamiento de casos	42
Tabla 8	Resultados de Estadística y fiabilidad	42
Tabla 9	Comprobación de hipótesis	61
Tabla 10	Hallazgos por variable sobre las gráficas de resultados del cuestionario	63
Tabla 11	Descripción de fases de la propuesta metodológica	68
Tabla 12	Resultados de Chi-cuadrado	82
Tabla 13	Análisis univariado de varianza con P como variable dependiente	83
Tabla 14	Tipo de innovación de la investigación	84

Dirección General de Bibliotecas UAO

Figura 1 Mapa conceptual de la gestión del conocimiento	20
Figura 2 Espiral de conversión del conocimiento	24
Figura 3 Modelo KMAT	25
Figura 4 Modelo teórico-metodológico	32
Figura 5 Fórmula utilizada para determinar la muestra.	39
Figura 6 Formula estadística del Alfa de Cronbach.....	41
Figura 7 Edad de los participantes.....	43
Figura 8 Último grado de estudios de los participantes	44
Figura 9 Antigüedad en el puesto actual de los participantes.....	45
Figura 10 Condición laboral de los participantes.....	46
Figura 11 Familiaridad con la gestión del conocimiento.....	47
Figura 12 La gestión del conocimiento permite que aumente el capital intelectual de la organización	48
Figura 13 La gestión del conocimiento proporciona ventajas competitiva para la organización	49
Figura 14 La gestión del conocimiento se encuentra presente en los procesos de producción.....	50
Figura 15 En la organización se invierte tiempo y recursos para la conservación del conocimiento de sus procesos.....	51
Figura 16 Existen manuales, guías y documentos de los procedimientos y conocimientos de sus procesos	52
Figura 17 La presencia de personal certificado en el uso de equipo técnico para la producción es fundamental en la calidad de los productos	53
Figura 18 Los tiempos de entrega de los productos son adecuados en términos de eficiencia y eficacia.....	54
Figura 19 La productividad de la organización necesita de mejoras en los procesos.....	55
Figura 20 La optimización de recursos y eficiencia necesita de mejoras.....	56
Figura 21 La organización necesita de mejoras para el aumento de productividad y optimización de recursos	57
Figura 22 Regresión lineal con objetivo en la (GC) como variable dependiente, (GTC),(GI) y (P) como variables independientes.	58
Figura 23 Resultado de modelo a partir de análisis de prueba de regresión lineal	59

Figura 24 Resultado de modelo de regresión lineal	60
Figura 25 Metodología basada en la gestión del conocimiento.	67
Figura 26 Histograma de la variable de Gestión del Conocimiento (GC).....	78
Figura 27 Histograma de la variable Gestión Tecnológica de Conocimiento	79
Figura 28 Histograma de la variable Productividad	80
Figura 29 Histograma de la variable productividad.....	81

Dirección General de Bibliotecas UAO

Resumen

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo diseñar una propuesta metodológica basada en la gestión de conocimiento para el área de producción de un medio de comunicación multiplataforma de una institución educativa. Es una investigación del tipo cuantitativa con alcances exploratorios-descriptivos, mediante un estudio de caso en la televisora de la Universidad de Querétaro, TvUAQ, en la ciudad de Querétaro. El estudio pretende responder las siguientes preguntas: *¿se puede proponer el diseño metodológico basado en gestión del conocimiento para un medio de comunicación multiplataforma de una institución educativa? ¿cómo se relaciona la gestión del conocimiento y la productividad en un medio de comunicación en una institución educativa?* Durante la revisión teórica sobre la gestión del conocimiento y modelos del conocimiento, se realizó la adaptación de un cuestionario con la finalidad de conocer los aspectos y las condiciones para diseñar la metodología, para posteriormente analizar la gestión del conocimiento y su aplicabilidad en un medio de comunicación multiplataforma. Se confirmó que la productividad tiene una relación directa con la gestión del conocimiento en un medio de comunicación, así mismo la existencia de condiciones para el diseño de la propuesta metodológica. En la prueba de hipótesis se utiliza la estadística descriptiva e inferencial, mediante el uso del software estadístico SPSS, en la recolección de datos la técnica del cuestionario. Finalmente, y el análisis de resultados, definen el diseño de la propuesta metodológica basada en la gestión del conocimiento del área de producción de un medio de comunicación multiplataforma en una institución educativa.

Palabras clave: Gestión de conocimiento, productividad, producción audiovisual.

Abstract

This research work aims at a methodological proposal based on knowledge management for the production area of a media of an educational institution. It is a quantitative type investigation with exploratory-descriptive scopes, through a case study on television from the University of Querétaro, TvUAQ, in the city of Querétaro. The study aims to answer the following questions: Is it possible to design a methodological proposal based on knowledge management for a media of an educational institution? What is the relationship of knowledge management and productivity? During the theoretical review on knowledge management and knowledge models, a questionnaire was adapted with the determination of knowing the aspects and conditions to design the methodological proposal, to subsequently analyze knowledge management and its applicability in a multiplatform communication medium. During the theoretical research it was a finding not to find literature that links the media with knowledge management. The confirmation of productivity has a direct relationship with knowledge management in a media, in the same way that the existence of the conditions for the design of the methodological proposal is confirmed. For hypothesis confirmation, use descriptive and inferential statistics, using the SPSS statistical software, for data collection, select the questionnaire technique. Subsequent and specified in the analysis of results, the design of the methodological proposal based on knowledge management for the production area of a media in an educational institution was carried out.

Keywords: Knowledge management, productivity, audiovisual production.

Capítulo I

Introducción

El éxito de una empresa, organización o institución mantiene una relación directa con la solución de problemas y la toma de decisiones de los directivos. La gestión óptima de los recursos materiales, técnicos, humanos, tecnológicos, financieros e intelectuales es fundamental para fortalecer, incentivar o mantener ventajas competitivas en el mercado, frente a una economía globalizada que exige del desarrollo e implementación de estrategias que permita alcanzar los objetivos y las metas específicas de las organizaciones, generando un impacto económico, social y cultural en las naciones. Valencia (2005) afirma que en un ambiente como el actual, de gran competencia, se necesitan de cambios rápidos y permanentes, la supervivencia de una organización depende de su capacidad para generar valor agregado a sus clientes y proveedores, lo cual será la base de su competitividad y posicionamiento en el mercado, pero esto, a su vez, depende de la capacidad de innovación, velocidad de respuesta, adaptabilidad al cambio y habilidad para detectar las necesidades de los participantes en la cadena de valor de la organización.

Uno de los recursos más valiosos de la empresa es el conocimiento que posee de forma tangible o intangible (productos o servicios). Este conocimiento a su vez se ve traducido en identidad de la organización.

En este sentido la presente investigación se llevó a cabo en la ciudad de Querétaro, haciendo un estudio de caso en televisora de la Universidad Autónoma de Querétaro, denominada TvUAQ. Esta investigación es del tipo cuantitativa, con alcances exploratorios-descriptivos. El análisis de datos se realizó mediante estadística descriptiva, estadística inferencial (análisis no. paramétricos y paramétricos), por medio del software de procesamiento SPSS. La estructura de la siguiente investigación está dividida en 9 capítulos, en donde el Capítulo I. contiene la introducción general de la investigación, planteamiento del problema y la justificación; Capítulo II. Contiene los antecedentes y el fundamento teórico;

Capítulo III. Hipótesis; Capítulo IV. Objetivos; Capítulo V. Metodología; Capítulo VI. Resultados y discusión; Capítulo VII. Conclusiones; Capítulo VIII. Bibliografía y Referencias; Capítulo IX. Anexos, que contienen los instrumentos de medición, bases de datos, resultados obtenidos en la prueba piloto, análisis de regresión lineal, chi-cuadrada, gráficas de pruebas paramétricas, tabla de innovación de la investigación, fundamento teórico de las variables del instrumento, carta de solicitud de uso del instrumento, y por último el artículo de la investigación publicado en la memoria del Congreso Internacional ACACIA 2019.

El presente trabajo centra su objetivo en diseñar una metodológica basada en la gestión del conocimiento para contenidos audiovisuales en medios digitales multiplataforma en una institución educativa. En este sentido, se presentan diversos autores y perspectivas sobre la gestión del conocimiento, como una forma de acercamiento teórico. De la misma forma, se describen algunos modelos de gestión del conocimiento que son retomados para el diseño de la propuesta metodológica. Posteriormente se presenta el modelo teórico-metodológico, la descripción de la estructura del instrumento y los resultados obtenidos a partir de la aplicación del instrumento que permita conocer los aspectos y las condiciones para diseñar una propuesta metodológica basada en gestión de conocimiento para contenidos audiovisuales. Derivado del análisis de datos y los hallazgos, de la adaptación de modelos existentes y del análisis en gestión de conocimiento, se presenta la propuesta metodológica basada en la transformación del conocimiento, propuesta formulada por los teóricos Nonaka y Takeuchi, 1999, y el modelo KMAT.

Planteamiento del problema

El propósito de este estudio de caso en un medio de comunicación es explorar y describir la relación entre la gestión del conocimiento y la productividad. Como producto de la investigación se diseñará una metodológica basada en gestión del conocimiento para la producción de contenido audiovisual en un medio digital multiplataforma en una institución educativa. Los aspectos y condiciones dentro del medio para el diseño, mediante la aplicación de un instrumento.

La gestión del conocimiento es una herramienta fundamental para las organizaciones frente a una economía cada vez más inmersa en la era digital y del conocimiento; con variables de estudio como la productividad, innovación, ventaja competitiva, tecnologías de la información.

Los avances acelerados de las nuevas tecnologías digitales de la información han modificado radicalmente a nuestra sociedad, permitiendo la generación de enormes cantidades de datos e información en distintos puntos del planeta, que parecieran interconectarse por medio del internet, aumentando los alcances y el conocimiento. Los medios de comunicación, conocidos como el cuarto poder, se encuentran posicionados en un eje medular de una sociedad del conocimiento, y países como México necesitan del impulso y la renovación de sus medios de comunicación. En este sentido parece importante atender a las demandas en términos de gestión de conocimientos en los medios de comunicación.

Por otro lado, la productividad es uno de los indicadores para medir el desempeño de una organización en relación a una serie de factores que se interconectan para el diseño, elaboración, realización, comercialización de un producto y/o servicio.

Nos llevaba a proponer las siguientes preguntas:

- 1.- ¿Es posible diseñar una propuesta metodológica basada en gestión del conocimiento para un medio de comunicación multiplataforma de una institución educativa?
2. ¿Cuál es la relación de la gestión del conocimiento y la productividad?

Justificación

Todo desarrollo tecnológico tiene consigo un efecto en la cotidianidad de la sociedad. Los medios de comunicación desde su aparición han transformado a las sociedades, cambiando las formas de interactuar y con ello la toma de decisiones.

Los medios de comunicación son estructurantes para una sociedad, son piedras angulares en las sociedades con sistemas democráticos y participación ciudadana.

Los medios de comunicación moldean los comportamientos colectivos, educan, entretienen e informan en temas asociados con espacios públicos, política, construcción de ciudadanía, sociedad, cultura, diversidad, tolerancia, convivencia, cooperación, fomentan estilos y formas de vida. Ponen en la agenda pública temas de debate, reflexión, crítica o pensamiento. (Blesa, 2006)

Actualmente en México, los medios públicos se rigen por la Ley Federal de Radio y Televisión, publicada en el Diario Oficial de la Federación, el 19 de enero de 1960. La Cámara de Diputados del H. Consejo de la Unión (2012), en la ley de radio y televisión, el Artículo 5o. señala que:

“La radio y la televisión tienen la función social de contribuir al fortalecimiento de la integración nacional y el mejoramiento de las formas de convivencia humana, a través de sus transmisiones, procuraran: I.- Afirmar el respeto a los principios de la moral social, la dignidad humana y los vínculos familiares; II.- Evitar influencias nocivas o perturbadoras al desarrollo armónico de la niñez y la juventud; III.- Contribuir a elevar el nivel cultural del pueblo y a conservar las características nacionales, las costumbres del país y sus tradiciones, la propiedad del idioma y a exaltar los valores de la nacionalidad mexicana; IV.- Fortalecer las convicciones democráticas, la unidad nacional y la amistad y cooperación internacionales.” (p.2)

Por anterior, es compromiso y responsabilidad social trabajar en el mejoramiento y fortalecimiento de los medios de comunicación desde diferentes aristas; tecnología, capacitación, conocimiento, contenido, entre otras.

La televisión nos permite verlo todo sin tener que movernos de casa. Sartori (2002) afirma que con la aparición de la televisión se modifica la naturaleza misma de la comunicación pues la traslada a la imagen fundamentalmente.

Capítulo II

Antecedentes

TvUAQ

De acuerdo con el acta constitutiva del Sistema Universitario de Radio, Televisión y Cinematografía:

“En 2012 se promovió un proyecto para la producción de contenidos audiovisuales, a cargo de la Dirección de Comunicación y Medios, por conducto de una instancia denominada TvUAQ. El Plan Institucional de Desarrollo 2013-2015, consignó que la vinculación efectiva de la Universidad Autónoma de Querétaro con el entorno requería de “un sistema eficiente y de amplia cobertura de comunicación universitaria” para “mantener a la comunidad universitaria informada de lo que acontece en nuestra propia casa y, por supuesto, fortalecer la presencia de la UAQ en la sociedad queretana”. Desde entonces se ha venido desarrollando este nuevo medio, con el respaldo técnico del Centro Integral de Medios de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, y la intensa participación de estudiantes de la licenciatura en Comunicación y Periodismo. Hasta este momento, la televisión cultural universitaria, TvUAQ, produce contenidos noticiosos y de investigación periodística, y realiza transmisiones en vivo a través de Internet...La televisión universitaria constituye un instrumento auxiliar de la formación académica. Los nuevos espacios, y su correspondiente estructura orgánica, derivan del crecimiento natural de la institución, de las nuevas opciones formativas que oferta, y del cumplimiento de tareas como la difusión de la cultura y el conocimiento.”

Actualmente TvUAQ, se ha consolidado e integrado como parte del Sistema de Radio, Televisión y Cinematografía de la Universidad Autónoma de Querétaro, con fundamento en lo previsto por los artículos 17 de la Universidad Autónoma de Querétaro; 89 fracciones I y IV, 101, 102 fracción VIII y 103 del Estatuto Orgánico de la Universidad Autónoma de Querétaro, así como el acuerdo tomado por la Comisión Jurídica del H. Consejo Universitario de la Ley Orgánica.

La colaboración de estudiantes ha sido fundamental para el crecimiento del proyecto televisivo. Aproximadamente más del 50% de los colaboradores son practicantes, becarios y personas que realizan servicio social dentro de la televisora. En este sentido, TvUAQ se enfrenta a grandes retos, entre ellos la formación y capacitación de talento humano para la producción de los contenidos televisivos. Cabe señalar que la participación de estudiantes, practicantes y prestadores de servicio ofrece como desafío la temporalidad de su estancia para la colaboración dentro del proyecto, debido a la conclusión de prácticas o servicio social.

TvUAQ, al ser una organización de reciente creación, cuenta con pocos instrumentos y estrategia para la gestión de conocimiento tácito ni explícito para producción y capacitación. Es en este sentido donde la investigación plantea realizar mejoras.

Fundamento Teórico

Sociedad del conocimiento

Se trata de un concepto que ha servido para el análisis de transformaciones sociales, producto del desarrollo acelerado de tecnologías digitales de información y comunicación (TDIC'S) en la sociedad moderna; permitiendo el nacimiento de una nueva economía y sociedad basada esencialmente en el conocimiento. Se afirma que en esta sociedad se postula el conocimiento como uno de los recursos más valiosos, fuente de poder de la más alta calidad y clave para el cambio (Nonaka & Takeuchi, 1999) (Krüger, 2006). Para la UNESCO (2005) la noción de sociedad de la información se basa en los progresos tecnológicos, el concepto de sociedades del conocimiento comprende dimensiones sociales, éticas y políticas.

La noción de una sociedad del conocimiento tiene sus orígenes con el filósofo en administración Peter F. Drucker a finales de los años sesenta. Drucker y González (1994) afirmaban que el conocimiento es el recurso primario para el individuo y para la economía. Los factores tradicionales: tierra, trabajo y capital no desaparecen,

pero se hacen secundarios, esto debido a que pueden ser obtenidos con facilidad derivados de un conocimiento especializado. Así mismo, Nonaka Takeuchi (1999) aseveran que en la sociedad del conocimiento, el poder del dinero y la fuerza muscular quedan eclipsados ante el poder del conocimiento y en todo el mundo se desarrolla una batalla por controlar el conocimiento y los medios de comunicación.

En 1994, Peter Drucker aseguraba que la transformación a una sociedad del conocimiento no estaría completa hasta 2010 o 2020. En ese momento se planteaba como reto tratar de prever cada uno de los detalles del mundo que en ese momento surgía. Al respecto, actualmente la UNESCO asegura que el conocimiento y la información tienen un impacto considerable en la vida de las personas, y tienen el poder de transformar la economía y la sociedad, abriendo la posibilidad de una brecha de desigualdad. También afirma que las sociedades del conocimiento deben basarse en cuatro pilares: la libertad de expresión, el acceso universal a la información y al conocimiento, el respeto a la diversidad cultural y lingüística, y la educación de calidad para todos. La UNESCO trabaja para crear sociedades del conocimiento integradoras y empoderar a las comunidades locales incrementando el acceso, la preservación y el intercambio de información y conocimiento en todas las esferas de competencia de la Organización. En este sentido, ha ideado diversas herramientas y programas destinados a promover el acceso a contenidos, tecnologías y procesos mediante actividades de sensibilización, formulación de políticas y desarrollo de capacidades.

En la nueva sociedad, la del conocimiento, las organizaciones basadas en el aprendizaje, cuyo capital máspreciado es el ser humano, misma que se sustenta en un desarrollo tecnológico sin precedentes, es el punto en el cual las grandes compañías planifican sus productos en función de la gestión del conocimiento y de la viabilidad para su obtención (Aja,2002).

El conocimiento para Currás (1997) “es una cualidad innata del humano”. Uno de los objetos de estudio más antiguos de diversas disciplinas, desde la filosofía, epistemología hasta las neurociencias. Sin embargo, en los últimos años ha sido

retomado el concepto de conocimiento por teóricos en economía, administración y estrategias organizacionales. Para Pérez & Coutín (2005) históricamente el conocimiento ha sido un bien privado, con el paso del tiempo se está convirtiendo en un bien público, así como ha pasado con el invento de la imprenta que se masificó y cambio la sociedad, con la difusión de un libro e información general.

Tabla 1 Definiciones del conocimiento

Autores	Definición
Purser y Pasmore (1992)	Hechos, modelos, conceptos, ideas e intuiciones que influyen en la toma de decisiones.
Nonaka y Takeuchi (1995)	Creencia verdadera y justificada, resultado de un proceso humano y dinámico de justificación de las creencias personales para convertirlas en algo verdadero.
Vance (1997)	Información autenticada.
Brown y Duguid (1998)	Creencias justificadas o garantizadas relativas a un marco o contexto compartido, el cual es creado por la práctica compartida de una comunidad formada por el trabajo.
Davenport y Prusak (2000)	Flujo mixto de experiencias, valores, información de contexto, percepciones de expertos y "saber hacer" que proporcionan un marco para la evaluación e incorporación de nuevas experiencias e información y es, por lo tanto, útil para la acción. El conocimiento se deriva de la información, la cual se deriva de los datos.
Leonard y Sensiper (1998)	Información relevante, procesable y basada, al menos parcialmente, en la experiencia (en el contexto empresarial)
Alavi y Leidner (2001)	Creencia personal justificada que incrementa la capacidad de un individuo para la acción eficaz, referida esta última al empleo de habilidades físicas y competencias, de actividades cognitivas-intelectuales, o de ambas.

Fuente: Arceo, G. (2009). El impacto de la Gestión del Conocimiento y las Tecnologías de la Información en la innovación: un estudio en la PYME del sector agroalimentario de Cataluña, España, Universidad Politécnica de Catalunya

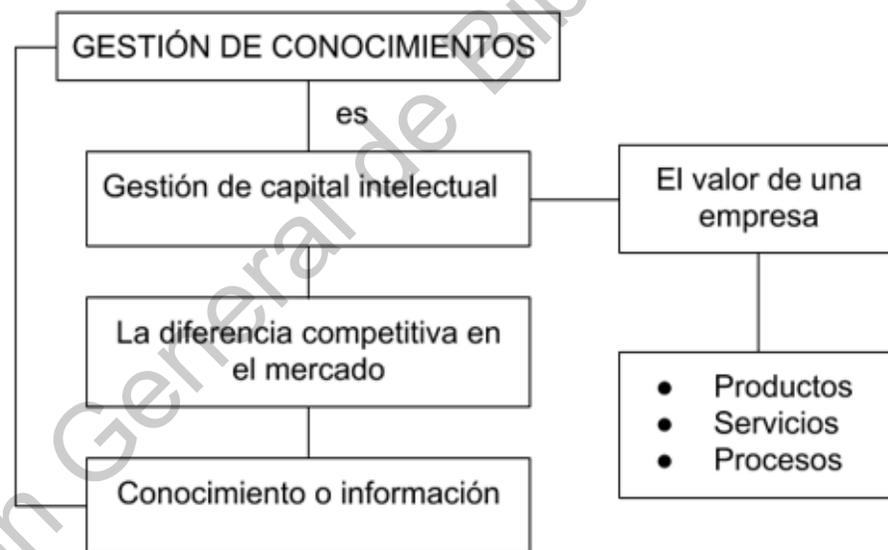
Gestión de conocimiento

La norma ISO 9000-2000 define a la gestión como las actividades coordinadas para dirigir y controlar una organización. El conocimiento es factor fundamental para la creación de riquezas en la sociedad del conocimiento (Aja,2002). La alta dirección es la que se realiza por una persona o grupo de personas que dirigen y controlan al más alto nivel de una organización (ISO 9000;2000). Una organización es un sistema de personas, materiales, instalaciones e información con una disposición de responsabilidades, autoridades y relaciones (Aja,2002) (ISO 9000:2000). Una organización mediante procesos y decisiones, provee a los equipos de trabajo con recursos para la solución de los problemas, que se espera sea de forma eficiente en el menor tiempo posible, con el objetivo final de obtener ventajas competitivas sostenibles en el tiempo y de aumentar las ganancias, que pudieran ser tangibles o intangibles, por medio de la correcta toma de decisiones (Aja, 2002).

Para Aja (2002) la gestión del conocimiento es la gestión del capital intelectual de una empresa, es decir, de los activos intangibles, que aportan valor a la organización al momento de obtener capacidades y competencias esenciales distintivas. En ese sentido, el valor de una empresa o institución radica en el conocimiento que tienen las personas que laboran en la organización. Para Valencia (2005), la organización depende de su capacidad para generar valor agregado a sus clientes y proveedores, lo cual será la base de su competitividad. Está comprobado que el capital humano en forma de trabajadores con conocimientos exitosamente retenidos en una organización es esencial para la rentabilidad de una empresa. La gestión del capital intelectual en una organización se realiza con la finalidad de añadir valor a los productos, servicios o procesos que se ofrecen al mercado y se convierten en un diferenciador competitivo (Guerrero,2006) (Ramos, 2014).

Nonaka & Takeuchi (1999) se dedicaron a estudiar las características particulares del proceso de desarrollo de productos de las compañías japonesas, en su artículo “El nuevo juego del desarrollo de nuevos productos”, publicado en Harvard Business Review, explicaban las razones por la que las compañías japonesas alcanzaron el éxito rápidamente. Ellos aseguraban que el componente básico y universal de cualquier organización es el conocimiento humano, fundamentalmente la capacidad y habilidad de la empresa para generar nuevos conocimientos, materializados en productos, servicios y sistemas. Aseguran que las decisiones con base en la experiencia directa, insertas en el sistema de ensayo y error, permiten un proceso de aprendizaje y creación de conocimiento.

Figura 1 Mapa conceptual de la gestión del conocimiento



Fuente: Guerrero, 2016.

Guerrero (2016) afirma que es importante el estudio y aplicación la gestión de conocimiento y la gestión tecnológica de conocimiento ya que en la primera se encuentra la toma de decisiones necesarias para el desarrollo de la segunda, que es la acción. Cuando la gestión de conocimiento se implementa formalmente, los sistemas se vuelven cada vez más interconectados. La interconexión entre las partes de una organización hace la diferencia en la permanencia dentro del mercado, dependiendo de la competencia y la innovación que promueva la

organización. La gestión de conocimiento en una organización, institución o empresa debe estar vinculada directamente a la toma de decisiones, creando estrategias para transmitir, almacenar, identificar, planificar, diagnosticar o evaluar el conocimiento, es decir, el capital intelectual. Las estrategias implementadas deben estar en busca del aumento, la preservación, la mejora o conservación de las ventajas competitivas.

Para Nonaka & Takeuchi (1999) el enfoque de la gestión de conocimiento se centra en la administración, dirección, uso, almacenamiento y creación de conocimiento y no en el conocimiento per se. En este sentido, Drucker y González (1994) afirman que el conocimiento sólo puede ser productivo integrado a una actividad. Por su lado, Urquiza & Ledezma (2014) afirma que el conocimiento y la comunicación son generadores de valor y transformadores de realidades, el principal activo que poseen las personas, las organizaciones y los países para desarrollarse.

Drucker & González (1994) acertadamente afirmaban que la tensión entre la organización, la responsabilidad social y la relación de un equipo especialista con conocimientos específicos sería fundamental en un mundo en desarrollo, en donde los problemas serían resueltos en la organización, particularmente en la oficina del gerente. En este sentido, Picco, et al (2007) mencionan las dificultades para la gestión de conocimiento como: La desestimación al poder educativo en la organización; Ofrecer pocas recompensas para la implementación de cambios y mantener muchos obstáculos ante las nuevas formas de resolver problemas. Otra de las causas que pueden dificultar la gestión de conocimiento es el entorno en el cual se produce el aprendizaje y, si contribuye o no a la creación de una organización que aprenda y desarrolle conocimiento continuo. El ambiente nunca es "neutro", y las relaciones condicionan el sentido de la comunicación y en consecuencia se convierte en un sistema de aprendizaje. Las relaciones entre personas en sí mismo es aprendizaje y se debe aprender a capturar y procesar información del contexto para sobrevivir y crecer. Es por ello la importancia de la gestión del conocimiento en este sentido. Se debe invertir en la creación y desarrollo de liderazgos en la organización que favorezcan a la toma de decisiones

en favor de la gestión de conocimiento para la continua innovación y el fortalecimiento de la ventaja competitiva.

La ventaja competitiva depende del proceso continuo de toma de decisiones: Gestión. Osornio, et al. (2015) indica que la gestión de procesos para la mejora continua y la competitividad se centra en establecer indicadores para medir el crecimiento y la competitividad para su permanencia en el mercado, proponiendo metodologías que permitan medir los resultados a través de un mejor control en los procesos claves de la organización. También mencionan que la competitividad es un factor que direcciona gran parte de las acciones que se realizan en las organizaciones y, a través de estrategias de gestión de operaciones y procesos se busca interrelacionar los componentes de las organizaciones, como los factores humanos, financieros, tecnológicos, de mercadotecnia, de infraestructura y aspectos materiales, para con ello obtener mayor eficiencia y eficacia en los resultados y en el posicionamiento de la organización en los mercados nacionales e internacionales. Estos factores internos, sumados a los elementos externos que se suscitan en el entorno en que se desenvuelven las organizaciones y que tienen que ver con aspectos políticos, sociales y económicos del país, deben ser analizados y considerarlos como elementos de oportunidad para convertirlos a favor de logros y metas de las organizaciones. Así mismo, la búsqueda de competitividad que se impone hoy a las empresas se producen a través de cuatro tipos de estrategias: Actividades productivas, automatización de numerosas funciones de carácter terciario, modernización, reorganización de las actividades.

Por su parte, Ramos (2014) afirma que la competitividad se traduce en la multiplicación de insumos de carácter inmaterial y por el paso de una producción en serie a una producción de bienes sobre medida, cada vez más a menudo “servicio sobre pedido”. Osornio, et al. (2015) explican sobre la importancia del análisis de la cadena de valor que existe en la organización y la pertinencia de una gestión adecuada de conocimiento entre sus empleados. El análisis deberá estar enfocado en la búsqueda de las características que hacen diferente a la empresa que le permiten ser competitiva, para posteriormente aplicar una metodología

cuantitativa a las empresas del ramo para determinar los factores que inciden en la competitividad y la cadena de valor a través de la gestión de conocimiento.

Para el incrementar la ventaja competitiva es importante aspectos de recolección, interpretación, análisis y conversión de datos en conocimientos para crear nuevos productos, servicios, procesos y estrategias de innovación. Osornio, et al. (2015).

Modelos de gestión de conocimiento.

Modelo de Nonaka y Takeuchi

Nonaka & Takeuchi (1999) proponen que existen dos tipos de conocimiento: explícito y tácito. El primero se expresa mediante lenguaje formal, incluidos enunciados gramaticales, expresiones matemáticas, especificaciones, manuales, instructivos, guías, etcétera; este puede ser transmitido con facilidad de un individuo a otro. Con lo respecta al segundo tipo, afirman que es el más importante, conocimiento tácito, aquel que no puede ser enunciado mediante lenguaje formal, ya que se trata de lo aprendido mediante experiencia personal e involucra factores intangibles como creencias, ideales y valores propios.

Figura 2 Espiral de conversión del conocimiento



Fuente: Nonaka & Takeuchi (1999)

La creación de conocimiento es fuente de ventaja competitiva, y se lleva a cabo mediante la interacción en espiral entre el conocimiento explícito y tácito y la conversión entre ellos. Para los autores de “La Organización Creadora de Conocimiento”, Nonaka & Takeuchi (1999), existen cuatro tipos fundamentales de conversión de conocimiento (Figura 1) constituyendo el proceso de creación del mismo: 1. de tácito en explícito; 2. de explícito en explícito; 3. de explícito a tácito; y 4. de tácito a tácito.

La gestión de conocimiento inicia con la creación y con la adquisición de conocimiento, tanto al interior y exterior de la organización, Nonaka & Takeuchi (1994). Posteriormente, como lo indica López & Méndez (2012) el conocimiento se debe ir introduciendo en la memoria de la organización, mediante diversas estrategias y decisiones gerenciales, con el fin de lograr mayor uso a largo plazo. Sin embargo, ahí no termina el proceso sino integrar la selección, filtración, purificación, optimización del conocimiento para que pueda ser almacenado hasta

su transferencia. La transferencia de conocimiento incluye la comunicación enfocada y codificada de un emisor a un receptor. El proceso de difusión debe tener como finalidad el uso o aplicación a la innovación, al aprendizaje colectivo y resolución de problemas. Por su lado, Picco, et al. (2007), afirman que la gestión de conocimiento tiene la finalidad de hacer más eficientes las tareas, hacia el logro de los objetivos de las organizaciones innovadoras para agregar valor a sus productos.

Modelo de gestión del conocimiento KMAT

Aplicación del modelo KMAT (Knowledge Management Capability Assessment Tool) que se basa principalmente en 4 indicadores fundamentales: Liderazgo, Cultura, Tecnología y Medición.

Figura 3 Modelo KMAT



Fuente: American Productivity & Quality Center y Arthur Andersen (1995)

Productividad

La productividad se puede considerar como un indicador global del desempeño de una organización (Cequea, Monroy & Bottini, 2011), mide la eficiencia del trabajo y el capital para producir valor económico (Galindo & Ríos, 2015). En este sentido la norma ISO 9000:2000 define a la eficiencia como “la extensión en la que se realizan las actividades planificadas y se alcanzan los resultados planificados”; y la eficiencia es “la relación entre el resultado alcanzado y los recursos utilizados”.

En este sentido el INEGI, Instituto Nacional de Estadística y Geografía, diseñó la Encuesta Nacional sobre Productividad y Competitividad de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (ENAPROCE), con la finalidad de generar información nacional sobre habilidades gerenciales que permitan conocer las características de operación y desarrollo de las mismas. A continuación, presentamos algunas de las temáticas de interés para la presente investigación que contiene el cuestionario:

- Inicio de operaciones
- Personal ocupado, tiempo efectivo de trabajo y remuneraciones
- Capacitación
- Gastos de consumo de bienes o servicios
- Ingresos de bienes o servicios
- Activos fijos
- Capacidad de su negocio y exceptivas de desarrollo
- Apoyos gubernamentales y fuentes de financiamiento
- Ciencia y tecnología
- Ambiente de negocios y regulaciones
- Cadenas productivas

En la sociedad actual existe gran preocupación por la calidad, la productividad y los costos de producción que esto representa, por ello es importante generar instrumentos de medición confiables, medir adecuadamente es la herramienta de

quienes toman decisiones para generar una base a datos para tomar acciones asertivas. (Rodríguez & Gómez, 1991).

En la sociedad del conocimiento de los servicios y productos, las ideas de calidad no deben vincularse sólo con los recursos tecnológicos. Aja (2002) afirma:

“Si el usuario/cliente no recibe los servicios como él los solicita y los espera, el fracaso es seguro. Los exámenes para determinar la calidad de los productos y servicios son el resultado del desarrollo de normas internacionales, regionales y nacionales dirigidas a auxiliar a las partes interesadas: proveedores, productores, comercializadores y clientes en el hallazgo de un instrumento de consenso común para la evaluación. Algunos de los estándares más conocidos son las normas ISO de las series 9000, 9001 y 9004.”

Medios de comunicación

Blesa (2006) afirma que para Habermas y otros científicos sociales, los medios de comunicación son la piedra angular en las sociedades democráticas, ya que actúan como “interlocutores” entre el Estado y la sociedad al generar un “espacio público” donde los asuntos de relevancia para la comunidad son discutidos abierta y pluralmente.

Blesa (2006) enlista algunas de las razones por las que los medios de comunicación juegan un papel determinante en las sociedades democráticas:

- 1.- Los medios de comunicación generan información, cultura, educación y entretenimiento de calidad, todo lo cual contribuye a la creación y sostenimiento de una cultura.
- 2.- Los medios de comunicación tienen una función delegada de supervisión y control en asuntos de interés público, especialmente los relativos a la gestión gubernamental de esos intereses y la acción del Estado.
- 3.- En principio, esta función delegada se lleva a cabo, se sobreentiende, en el interés de los ciudadanos (la agenda pública).

4.- Los medios de comunicación substancian, y a su vez hacen posible, uno de los derechos más importantes que caracterizan a la sociedad democrática: la libertad de expresión, presente en todas las constituciones de los Estados europeos, y en la Carta de Derechos Fundamentales de la Unión.

5.- Finalmente, a los medios de comunicación se les asigna la función de suministrar una información accesible al público en general, atractiva para las audiencias y asequible económicamente.

Sin embargo, los avances acelerados de las nuevas tecnologías digitales de la información han modificado radicalmente nuestra sociedad, permitiendo la generación enormes cantidades de datos e información en distintos puntos del planeta, que parecieran interconectarse por medio del internet, aumentando los alcances y el conocimiento.

Hoy las nuevas tecnologías digitales de información y comunicación (TDIC's) pueden plantearse como una respuesta para solucionar los problemas de alcances y generar nuevos contenidos en favor de la ciudadanía. Pallarès (2014) menciona que los medios de comunicación y las nuevas tecnologías ha modificado los límites que estructuran las gráficas y las ilustraciones impresas en los libros de texto. Blesa (2006) afirma que el fenómeno de globalización de las comunicaciones se viene materializando desde los años ochenta, gracias a los avances técnicos que, a su vez, exigieron la privatización del sector de las telecomunicaciones, la liberalización de los mercados nacionales y la concentración empresarial para aglutinar las enormes inversiones que ha exigido, y todavía exige, la transformación del sistema analógico en un sistema digital, y necesario para la expansión de los grandes conglomerados fuera de las fronteras nacionales.

La tecnología ha generado procesos de convergencia y evolución de los medios de comunicación. Salaverría (2003) explica que esta convergencia se puede sintetizar en cuatro dimensiones: empresarial, tecnológica, profesional y comunicativa. Sobre la dimensión empresarial, afirma en los últimos años los medios de comunicación han experimentado una diversificación, es decir, una multiplicación y pone sobre la

mesa los modos en los que se coordinan los medios de comunicación entre sí en lo económico y lo editorial. Pone como ejemplo la aparición del Internet como una nueva plataforma para el periodismo, y cómo esto modifica las relaciones. Sobre la dimensión tecnológica, menciona que corresponde a la revolución instrumental que se ha tenido en los últimos años en los diferentes procesos de composición, producción y difusión. Afirma que la tecnología digital ha traído consigo una reconfiguración profunda de las tareas de los medios de comunicación y sus horizontes. Sobre la dimensión profesional, Salaverría (2003) explica que la convergencia multimedia produjo profundos cambios en la labor de los medios de comunicación. Los nuevos entornos profesionales han hecho que el comunicador deba trabajar más deprisa, conocer nuevas técnicas de investigación para el uso de fuentes digitales, y dominar los códigos tanto textuales como audiovisuales para la elaboración de contenidos multimediales.

Oppenheimer (2014) asegura que el gran desafío, ahora, es crear ecosistemas favorables para la innovación. En este sentido los medios de comunicación tienen un gran reto y compromiso: crear medios de comunicación con las antenas puestas en aquellas ideas innovadoras, aquellas propuestas que necesitan ser apoyadas y difundidas, generadas y generadoras de conocimiento. — una cultura que fomente la creatividad, celebrando a los innovadores, admirando a los emprendedores y tolerando sus fracasos—. En la actualidad el proceso creativo de elaboración de contenido en los medios de comunicación no debe verse limitado por la gestión conocimiento.

Respecto a la industria audiovisual, desde la creación de la primera cámara inventada por los hermanos Lumiere hasta el auge de los smartphones, ha cambiado a la sociedad mediante la captura de imágenes que han generado ideas de nuevas sociedades, de nuevos aparatos tecnológicos, de nuevas interacciones. Es notable el aumento de la demanda en producción audiovisual de un público cada vez más exigente en términos de calidad. Aunque la industria audiovisual no ha sido la única afectada por la aparición de novedades tecnológicas y la relación del quehacer cotidiano, es un ramo que pareciera se mantiene en constante adopción

de nuevas y diversas tecnologías. Sin embargo, en términos de gestión y formación de talento para la realización de productos audiovisuales pareciera que se mantuviera al margen del desarrollo de nuevas estrategias e investigaciones. En este sentido, la formación de recurso humano se ha limitado a dejarlo en manos de instituciones académicas o simplemente en la praxis.

Capítulo III

Hipótesis

H1. Existen las condiciones para el diseño de una metodología basada en gestión de conocimientos, para contenidos audiovisuales en un medio digital multiplataforma en una institución educativa.

H2. La gestión del conocimiento influye en la productividad de los medios de comunicación

Capítulo IV

Objetivos

Objetivo General

Diseñar una metodológica basada en gestión de conocimiento para la producción de contenidos audiovisuales en medios digitales multiplataforma en instituciones educativas.

Objetivos Específico

- Diagnosticar aspectos y condiciones para el diseño de método basado en gestión de conocimiento en una institución educativa dedicada a producción audiovisual para multiplataforma.
- Analizar la gestión de conocimiento para su aplicabilidad en producción audiovisual en medios digitales multiplataforma.

Capítulo V

Metodología

Investigación cuantitativa, con alcances exploratorios descriptivos, con diseño transeccional, con el propósito de explorar y describir la relación de la Gestión del Conocimiento (GC), la Productividad (P) y los medios de comunicación, mediante un estudio de caso en el área de producción de la televisora de la Universidad Autónoma de Querétaro, con una población total de 50 personas. El instrumento de recolección de datos será mediante la técnica del cuestionario. El procesamiento de datos mediante el software estadístico SPSS y Excel. El análisis de datos se realizó mediante estadística descriptiva e inferencial. La prueba de fiabilidad de instrumento será mediante el coeficiente de Alfa de Cronbach. Las pruebas realizadas para la comprobación de hipótesis será los coeficientes de chi-cuadrada y regresión lineal. La comprobación del modelo se realizará mediante pruebas de regresión lineal, ver en la tabla 2.

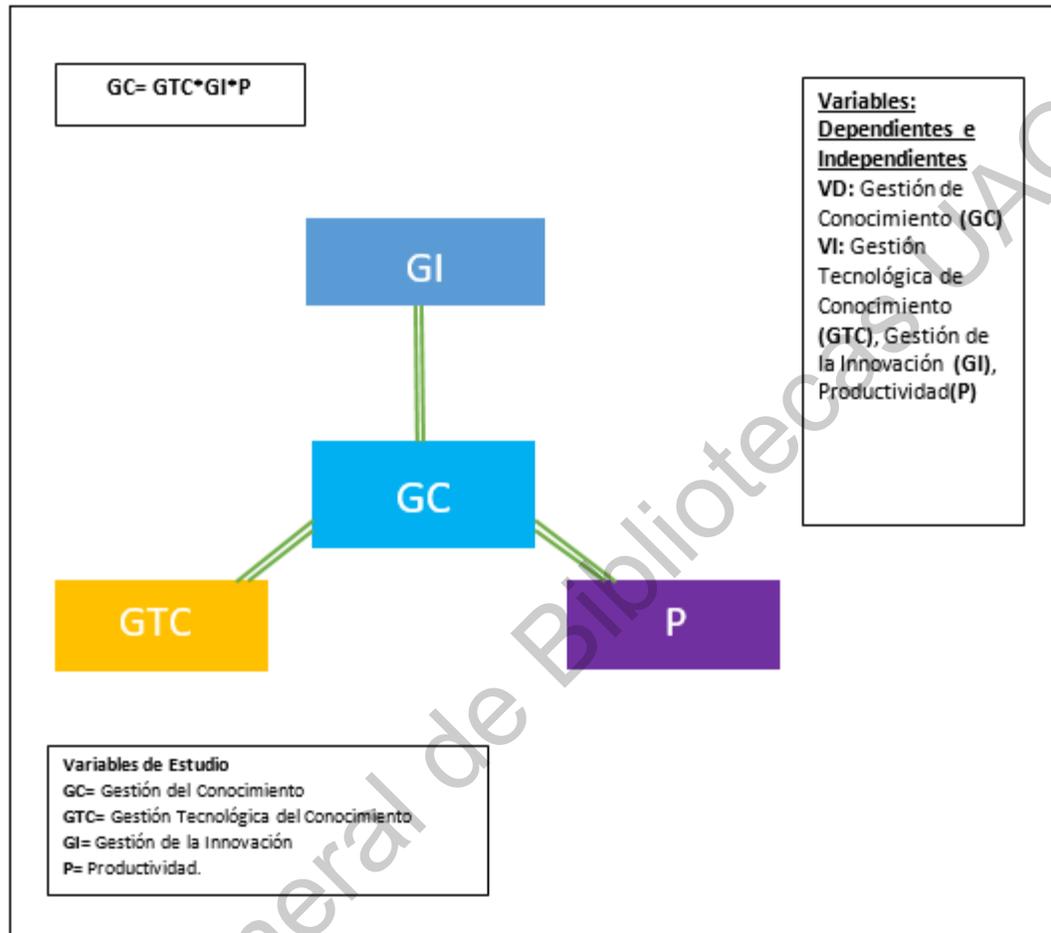
Tabla 2 Resumen de la metodología de la investigación

Tipo de investigación	Cuantitativa
Alcances	Exploratoria-descriptiva
Instrumento de recolección de datos	Cuestionario
Software para procesamiento de datos	SPSS
Análisis de datos	Estadística descriptiva e inferencial
Análisis de datos	Estudio de caso
Pruebas de confiabilidad del instrumento	Alfa de Cronbach
Prueba para comprobación de hipótesis	Chi-cuadrada Regresión lineal
Prueba de comprobación de modelo	Regresión lineal

Fuente: Elaboración propia

Modelo teórico-metodológico de la investigación

Figura 4 Modelo teórico-metodológico



Fuente: Elaboración propia

En la figura 4 se presenta el modelo teórico-metodológico es una operación de interconexión de los factores-variables que potencializan la variable-producto. El objetivo de la operación es encontrar el producto de las variables. Este modelo contempla la interconexión de 4 variables: la Gestión del Conocimiento (GC), la Gestión Tecnológica del Conocimiento (GTC), la Gestión de la Innovación (GI) y la Productividad (P). El modelo se basa en una adición, pero directamente equivalente. Este modelo contempla las propiedades conmutativas, asociativas y distributivas respecto a la adición.

Matriz de congruencia

En la tabla 3 se presenta la matriz de congruencia como marco de referencia para el diseño y adaptación del instrumento.

Tabla 3 Matriz de congruencia

Hipótesis	Variable	Dimensión Nominal	Dimensión Operacional	Indicadores	Ítems
Existen las condiciones para el diseño de una metodología basada en gestión de conocimientos, para contenidos audiovisuales en medio digital multiplataforma en una institución educativa	Gestión del conocimiento (GC)	Es la gestión del capital intelectual de una organización, con la finalidad de dar valor agregado a los productos y servicios que se ofrecen y con ello generar o mantener ventaja competitiva.	Escala de Likert: 1. Desacuerdo totalmente, 2. En desacuerdo, 3. Ni en desacuerdo ni en acuerdo, 4. De acuerdo, 5. Totalmente de acuerdo	Actitudes y percepciones	Bloque I Gestión del conocimiento (GC) Ítems del 13-23
La gestión del conocimiento influye en la productividad	Gestión del conocimiento (GC)	Es la gestión del capital intelectual de una organización, con la	Escala de Likert: 1. Desacuerdo totalmente, 2. En desacuerdo,	Actitudes y percepciones	Bloque I Gestión del conocimiento

<p>d en los medios de comunicación</p>		<p>finalidad de dar valor agregado a los productos y servicios que se ofrecen y con ello generar o mantener ventaja competitiva.</p>	<p>3. Ni en desacuerdo ni en acuerdo, 4. De acuerdo, 5. Totalmente de acuerdo</p>		<p>cimiento (GC) Ítems del 13-23</p>
	<p>Productividad (P)</p>	<p>La productividad se puede considerar como un indicador global de desempeño de una organización que mide la eficiencia del trabajo y el capital para producir valor económico.</p>	<p>Escala de Likert: 1. Desacuerdo totalmente, 2. En desacuerdo, 3. Ni en desacuerdo ni en acuerdo, 4. De acuerdo, 5. Totalmente de acuerdo</p>	<p>Actitudes y percepciones</p>	<p>Bloque V Productividad (P) Ítems del 34-40</p>

Fuente: Elaboración propia

Descripción de variables

Se describe brevemente las variables consideradas en el instrumento:

I. Datos generales: se refiere a los datos personales del trabajador.

II. Gestión de Conocimientos (GC): Es la gestión del capital intelectual en una organización, con la finalidad de dar valor agregado a los productos y servicios que se ofrecen, y con ello generar o mantener ventaja competitiva (Guerrero,2016).

III. Gestión Tecnológica de Conocimiento (GTC): La implementación de las nuevas tecnologías digitales de la información conforman y condicionan un nuevo uso de las formas en que transitan la información y la comunicación en la organización con una orientación a la gestión del conocimiento (Guerrero, 2016).

IV. Gestión de la Innovación (GI): La innovación es el complejo proceso de llevar nuevas ideas al mercado, en forma de mejora o creación de nuevos productos, servicios o procesos. Este proceso está compuesto por dos partes no necesariamente secuenciales y con frecuentes cambios de ida y vuelta entre ellas. Una está especializada en la creación del conocimiento y la otra se dedica fundamentalmente a su aplicación para convertirlo en un proceso, un producto o un servicio que incorpore ventajas para el mercado (Cote,1998).

V. Productividad (P): La productividad se puede considerar como un indicador global del desempeño de una organización (Cequea, Monroy & Bottini, 2011), mide la eficiencia del trabajo y el capital para producir valor económico (Galindo & Ríos,2015).

El instrumento quedó integrado por 40 preguntas e integrado por 5 bloques: Bloque I. Datos generales, Bloque II. Gestión del conocimiento (GC), Bloque III. Gestión tecnológica del conocimiento (GTC), Bloque IV. Gestión de la innovación (GI), Bloque V. Productividad (P), como se puede observar en la tabla 4. Ver Anexo (b).

Tabla 4 Bloque del instrumento de medición para la presente investigación

Bloque	Nombre del Bloque	Variable	Ítems
I	Datos generales		12
II	Gestión de conocimiento	GC	11
III	Gestión Tecnológica de Conocimiento	GTC	4
IV	Gestión de la Innovación	GI	6
V	Productividad	P	7
Total			40

Fuente: Elaboración propia

Descripción de medición de las variables

La recolección de datos se realiza mediante un cuestionario como instrumento de medición, con la finalidad que mida y represente las variables de investigación. El cuestionario se basa en preguntas cerradas, auto administrado individualmente, utilizando la escala de medición de actitudes tipo Likert (Hernández, et al., 2014).

Escala de Likert.

Consiste en un conjunto de ítems presentados en forma de afirmaciones o juicios, ante los cuales se pide la reacción de los participantes. Es decir, se presenta cada afirmación y se solicita al sujeto que externé su reacción eligiendo uno de los cinco puntos o categorías de la escala. A cada punto se le asigna un valor numérico. Así, el participante obtiene una puntuación respecto de la afirmación y al final su puntuación total, sumando las puntuaciones obtenidas en relación con todas las

afirmaciones. Las afirmaciones califican al objeto de actitud que se está midiendo (Hernández, et al., 2014).

A continuación, se enlistan los criterios de evaluación del instrumento, bajo la escala de Likert:

1. Desacuerdo totalmente
2. En desacuerdo
3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo
4. De acuerdo
5. Totalmente de acuerdo

Selección de la muestra

Para el presente estudio se realizará un muestreo probabilístico aleatorio simple. Hernández, et al. (2014) explica que la muestra es, en esencia, un subconjunto de elementos que pertenecen a un conjunto definido de características de la población. Las muestras probabilísticas son esenciales en los diseños de investigación descriptivos como correlacionales-causales donde se pretende hacer estimaciones de variables en la población. Estas variables se miden y se analizan con pruebas estadísticas en una muestra, de la que se presupone que ésta es probabilística y que todos los elementos de la población tienen una misma probabilidad de ser elegidos. Las unidades o elementos muestrales tendrán valores muy parecidos a los de la población, de manera que las mediciones en el subconjunto nos darán estimados precisos del conjunto mayor. La precisión de dichos estimados depende del error en el muestreo, que es posible calcular. Sin embargo, Aguilar-Barojas (2005) afirma que se deben tener consideraciones previas de acuerdo al tipo, nivel de investigación y variables.

En este sentido se retoma para la presente investigación las recomendaciones de Aguilar-Barojas (2005), con respecto al nivel de la investigación Nivel I, de tipo exploratorias; que son investigaciones que responden preguntas sencillas para

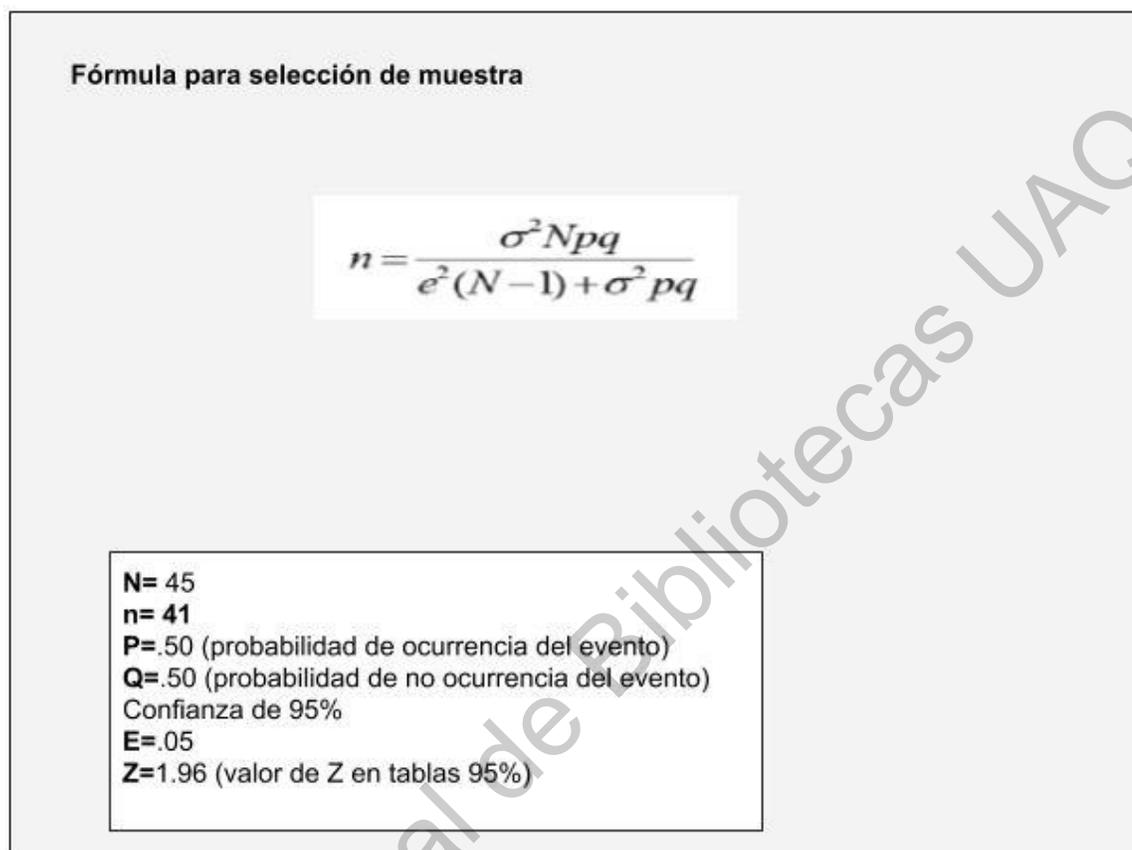
determinar si hay o no hay tal o cual característica. Aquí solo se van a estimar parámetros de la población, su presencia y magnitud. Son estudios observacionales de una población. El cálculo de la muestra para investigaciones de tipo exploratoria es: Estudios exploratorios de tipo clínico pueden ser series de casos, donde no se requiere cálculo de la muestra, pues se presentan todos los casos que se hayan tenido. Para investigaciones Nivel II, de tipo descriptivo. En estos estudios se trata de realizar una descripción detallada de las características que presenta el sujeto en estudio. Son estudios observacionales en un solo tipo de población. Cálculo de la muestra: Los estudios clínicos son estudios descriptivos a partir de la práctica cotidiana, revisiones de expedientes o ambos. En caso de que establecer una serie de tiempo no sea suficiente, se requiere calcular una muestra para una sola población. Se presenta la tabla 5 con los datos derivados del diseño muestral.

Tabla 5 Diseño muestral para la aplicación de instrumento

Población: 50 personas
Resultados estadísticos de la muestra: 41 personas
Nivel de confianza: 95%
Error: 5%
No. real de aplicación de instrumento: 43 personas
Lugar, departamento e institución de aplicación: Área de Producción, Televisora de la Universidad Autónoma de Querétaro, por su denominación TvUAQ
Fecha: 31 de enero, 1 y 5 de febrero, 11 de abril de 2019
Personal a quienes se les aplico el cuestionario: Productores (Honorarios, Base, Eventuales), Coordinadores, Becarios, Prácticas Profesionales, Servicio Social.

Fuente: Elaboración propia

Figura 5 Fórmula utilizada para determinar la muestra.



Fuente: Elaboración propia

La figura 5 muestra la fórmula utilizada para determinar la muestra, donde: n= tamaño de la muestra, N= tamaño de la población, Z=valor de Z crítico, calculado en las tablas del área de la curva normal. Llamado también nivel de confianza.

Límites de población: todo el personal (de base, por honorarios, becarios, prestadores de servicio social, y prácticas profesionales) que participe en la producción de contenido s audiovisuales para el medio multiplataforma TvUAQ (caso de estudio).

Tabla 6 Relación de grado de error, nivel de confianza y cálculo de Z en tablas

% Error	Nivel de Confianza	Valor de Z calculado en tablas
1	99 %	2.58
5	95 %	1.96
10	90 %	1.645

Fuente: Elaboración propia con referencia Hernández, et al. (2014)

Prueba de validación del instrumento

Alfa de Cronbach y la consistencia interna de los ítems de un instrumento de medida

Celina & Campo (2005) explica que:

“Las escalas pueden ser validadas con el uso de un patrón de referencia o sin él; la segunda opción es la única forma de validar algunos instrumentos. Establecer la consistencia interna de una escala es una aproximación a la validación del constructor y consiste en la cuantificación de la correlación que existe entre los ítems que la componen. Valores de alfa de Cronbach entre 0,70 y 0,90 indican una buena consistencia interna. Los instrumentos que buscan medir un constructo pueden ser validados en forma indirecta basándose en la relación que muestran los ítems que componen la escala; es decir, presentan una excelente consistencia interna o interrelación entre las preguntas o incisos que hacen parte de la escala. Esto es realizar una validación de un constructo sin un patrón de referencia. Con un valor del alfa de Cronbach adecuado, o sea, los ítems que la componen guardan una buena correlación entre ellos, de tal suerte que se puede concluir, indirecta y casi osadamente, que la escala tiene un constructo válido”

Figura 6 Formula estadística del Alfa de Cronbach.

Fórmula Estadística del Alfa de Cronbach

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_T^2} \right]$$

K: Número de Items
Si²: Sumatoria de la varianzas de los Items
ST²: Varianza de la suma de los Items
α: Coeficiente de Cronbach

Fuente: Elaboración propia

Por su parte, Molina, et al (2013), afirma que el Alfa Cronbach predice la consistencia del instrumento con el uso de la escala de Likert y da un impacto significativo en la confianza del uso del instrumento en otras muestras de individuos con características semejantes.

En este sentido, Bhatnagar, R., Kim, J., y Many, J. (2014) en su estudio "Candidate Surveys on Program Evaluation: Examining Instrument Reliability, Validity and Program Effectiveness", presentan la siguiente escala para la validación con Alfa de Cronbach: Excelente ($\alpha > 0.9$), Bueno ($0.7 < \alpha < 0.9$), Aceptable ($0.6 < \alpha < 0.7$), Deficiente ($0.5 < \alpha < 0.6$), No aceptable ($\alpha < 0.5$).

Capítulo VI

Resultados y discusión

Resultados de la prueba de Alfa de Cronbach

Tabla 7 Resumen de procesamiento de casos

Resumen de procesamiento de casos			
		N	%
Casos	Válido	43	100.0
	Excluido ^a	0	.0
	Total	43	100.0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 8 Resultados de Estadística y fiabilidad

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
.844	28

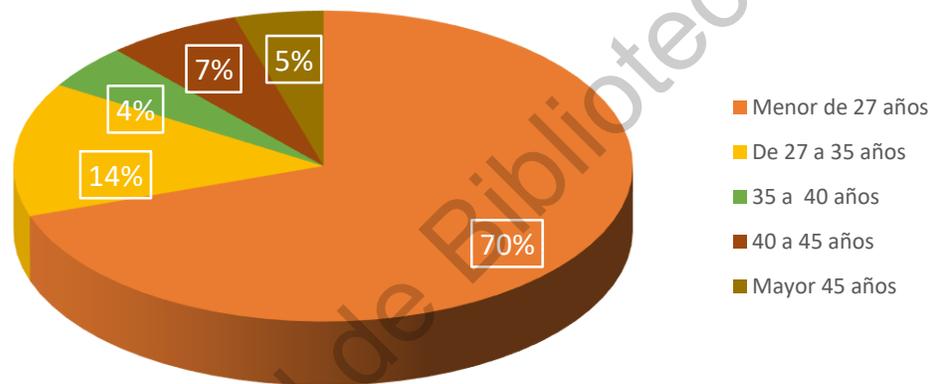
Fuente: Elaboración propia

El resultado del Alfa de Cronbach es de .844, para lo cual George & Mallery, (2003) afirman que se encuentra dentro de los parámetros aceptables y confiables para validar el instrumento. Se sometieron 28 elementos de la encuesta a la prueba de Alfa de Cronbach que son los elementos de las variables a medir. El procesamiento no excluyó ningún elemento.

Resultados y gráficas descriptivas

Datos generales

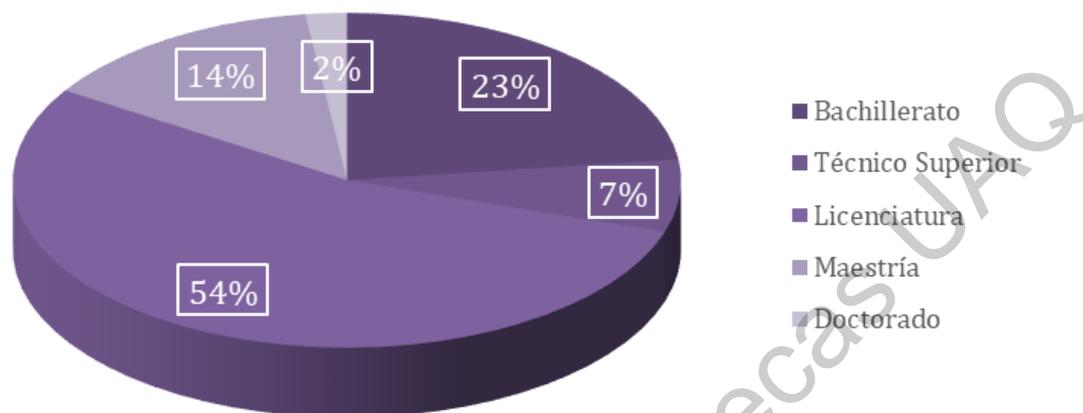
Figura 7 Edad de los participantes



Fuente: Elaboración propia

De las personas que conforman la televisión universitaria el 70% son menores de 27 años; el 14% tienen entre 27 a 35 años; el 4% tiene de 35 a 40 años de edad; el 7% tiene entre 40 a 45 años; y el 5% son mayores de 45 años. La mayor parte de la población es joven.

Figura 8 Último grado de estudios de los participantes

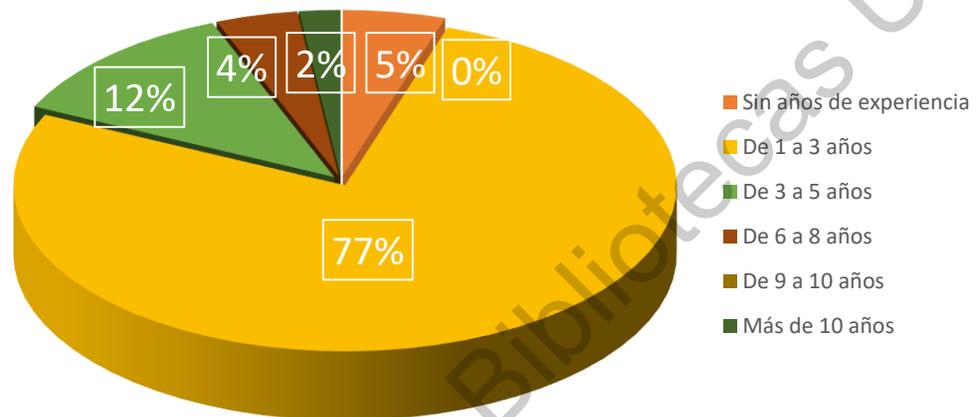


Fuente: Elaboración propia

El 54% de las personas que integran la organización tienen licenciatura, el 23% tiene bachillerato, el 7% son técnicos superiores, el 14% tiene el grado de maestría y el 2% el grado de doctor.

Dirección General de Bibliotecas UAQ

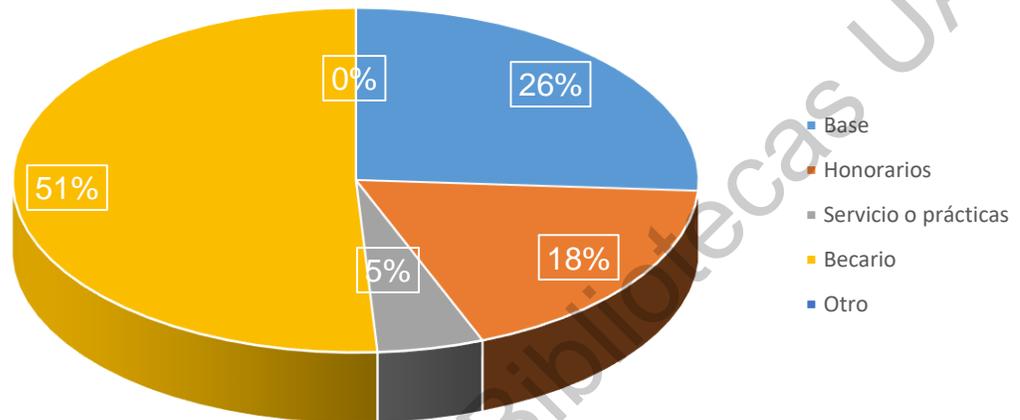
Figura 9 Antigüedad en el puesto actual de los participantes



Fuente: Elaboración propia

El 77% dice tener de 1 a 3 años de experiencia en su puesto actual, el 12% de 3 a 5 años, el 4% de 6 a 8 años y el 5% no tiene más de un año de experiencia. Lo que nos hace inferir que la permanencia de los colaboradores es no más a 3 años.

Figura 10 Condición laboral de los participantes

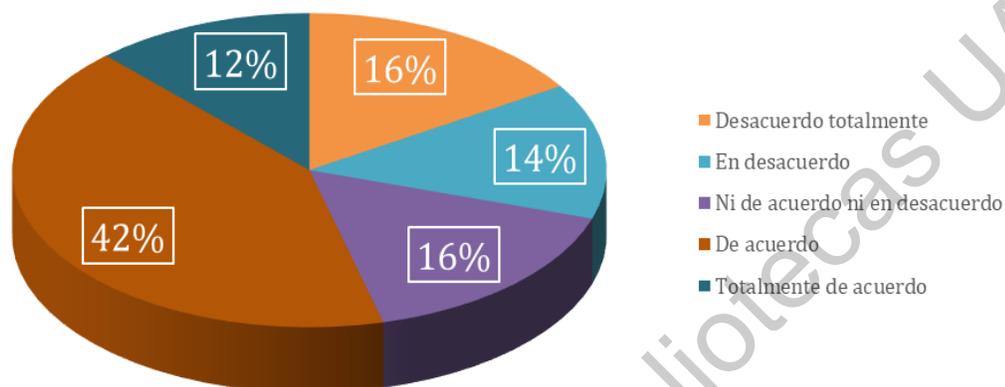


Fuente: Elaboración propia

El 51% de los que colabora o trabajan en televisora son becarios, el 5% están realizando servicio social y prácticas profesionales, el 18% está contratado por honorarios y únicamente el 26% está contratado de base.

Gestión del conocimiento

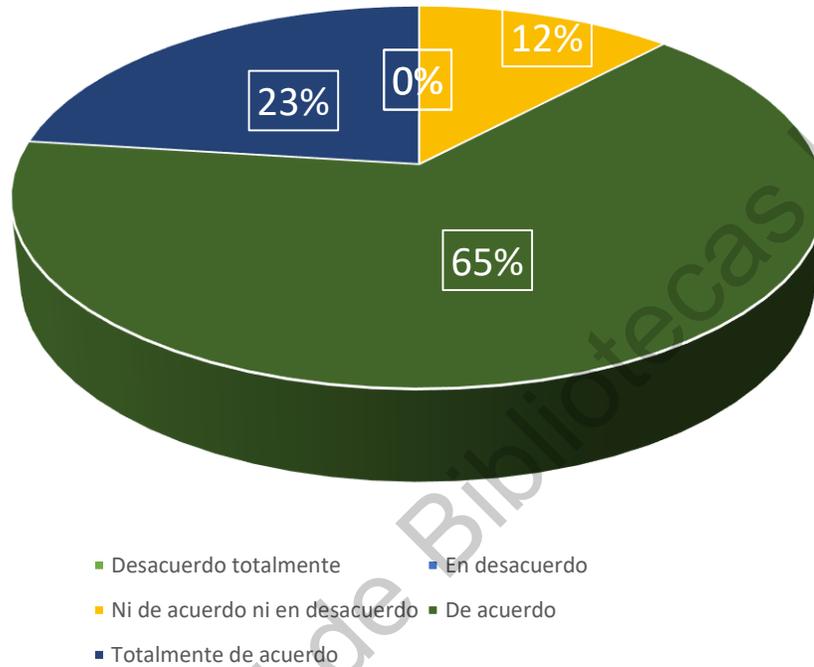
Figura 11 Familiaridad con la gestión del conocimiento



Fuente: Elaboración propia

Los sujetos encuestados de la pregunta ¿es familiar el concepto de la gestión del conocimiento? el 42% está de acuerdo, el 16% ni en acuerdo ni en desacuerdo, el 16% está totalmente de acuerdo. Esta pregunta fue diseñada para evaluar la familiarización con el concepto de gestión de conocimiento. Podemos inferir con lo anterior que, al intentar diseñar y/o implementar un mecanismo de acción tendrá mejores resultados a partir de una base conceptual.

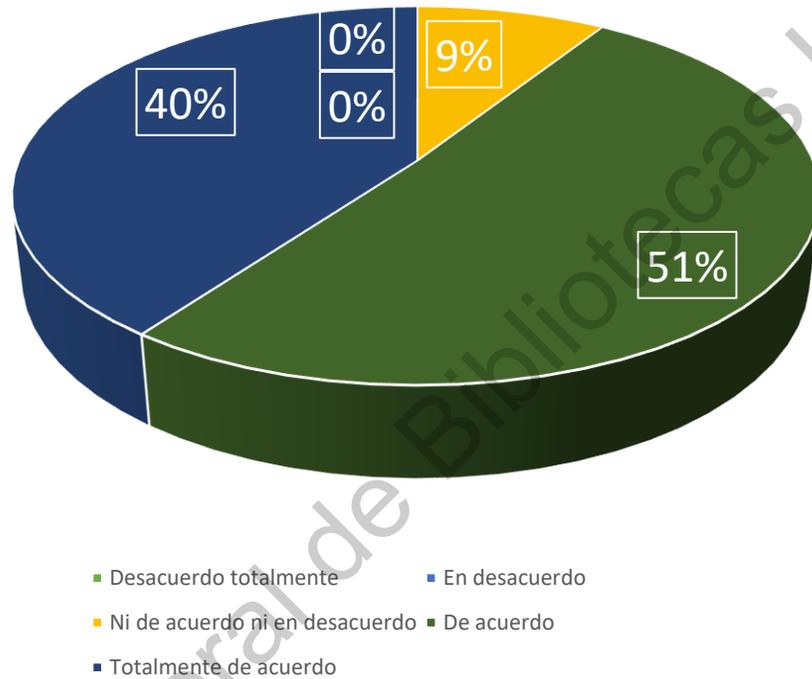
Figura 12 La gestión del conocimiento permite que aumente el capital intelectual de la organización



Fuente: Elaboración propia

Para la pregunta “La gestión del conocimiento permite que aumente el capital intelectual de la organización”, se obtuvo que el 65% está de acuerdo, mientras que el 23% dice estar totalmente de acuerdo. Sólo el 12% no está de acuerdo ni en desacuerdo. Lo anterior nos permite inferir que casi el 88% del caso piensa que el conocimiento es el capital de una empresa u organización. Es decir, al conocimiento se le da un valor relevante dentro de una organización. Se infiere que el 12% que no está ni de acuerdo ni en desacuerdo, tiene una noción poco clara del concepto de gestión del conocimiento.

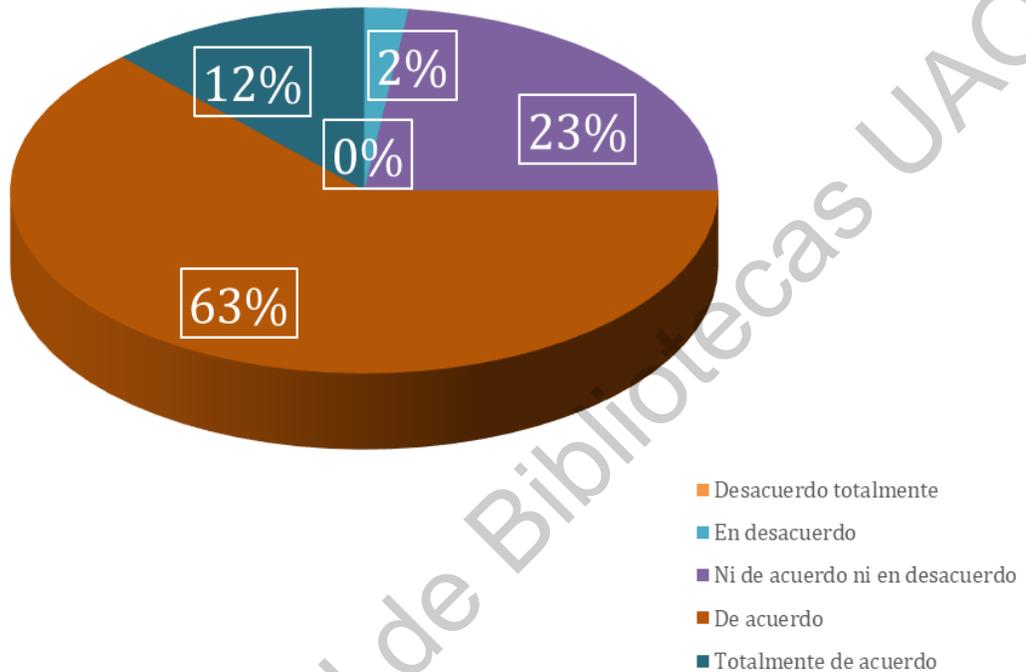
Figura 13 La gestión del conocimiento proporciona ventajas competitiva para la organización



Fuente: Elaboración propia

Para la pregunta “La gestión de conocimiento proporciona ventajas competitivas para la organización”, el 40% está totalmente de acuerdo, el 51% de acuerdo y el 9% está ni de acuerdo ni en desacuerdo. El 91% de las personas encuestadas perciben que la gestión del conocimiento es una ventaja competitiva dentro de una organización.

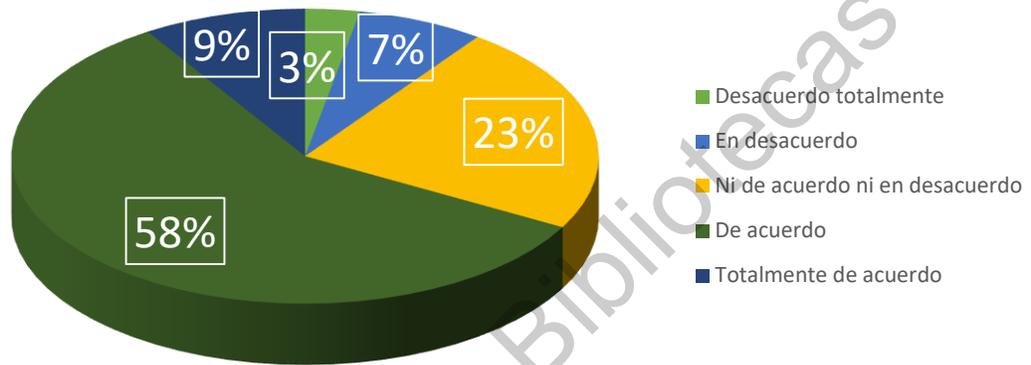
Figura 14 La gestión del conocimiento se encuentra presente en los procesos de producción



Fuente. Elaboración propia

Se preguntó si la gestión del conocimiento se encontraba presente en los procesos de producción de la organización; 12% contestó que está totalmente de acuerdo, el 63% que está de acuerdo, mientras que el 23% está ni de acuerdo ni en desacuerdo. En general se percibe que en la organización existe gestión del conocimiento y que se encuentran en los procesos de producción. El 23% que está en acuerdo ni en desacuerdo se infiere: 1. No se identifican claramente los procesos de gestión del conocimiento, 2. Los procesos de producción no son acordes a la gestión del conocimiento.

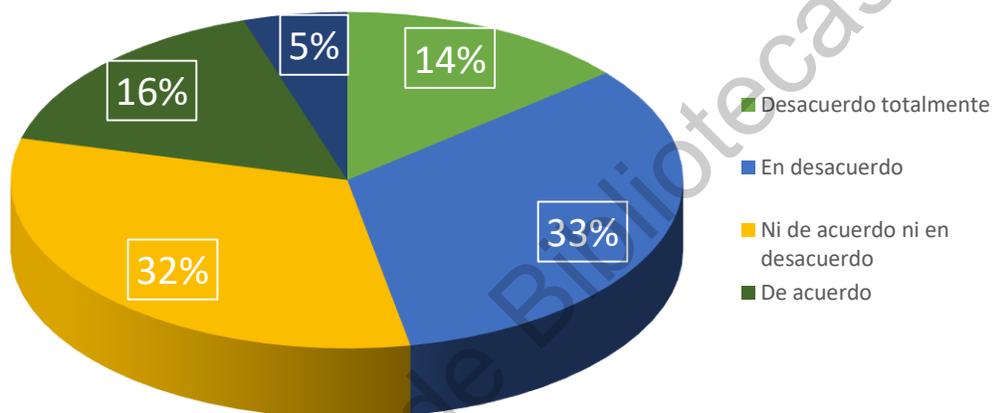
Figura 15 En la organización se invierte tiempo y recursos para la conservación del conocimiento de sus procesos



Fuente: Elaboración propia

En la pregunta si consideran que la organización invierte tiempo y recursos para la conservación del conocimiento de sus procesos; el 3% está en desacuerdo, 7% en desacuerdo, el 23% está ni en acuerdo ni en desacuerdo, mientras que el 58% de los participantes están de acuerdo y sólo el 9% está totalmente de acuerdo. En la pregunta anterior los participantes consideran que el conocimiento es el recurso más valioso de la organización, sin embargo, 23% no está completamente seguro que la organización invierta tiempo en conservar el conocimiento. Lo anterior nos permite inferir que se tiene poca claridad sobre las decisiones sobre gestión del conocimiento en la organización.

Figura 16 Existen manuales, guías y documentos de los procedimientos y conocimientos de sus procesos

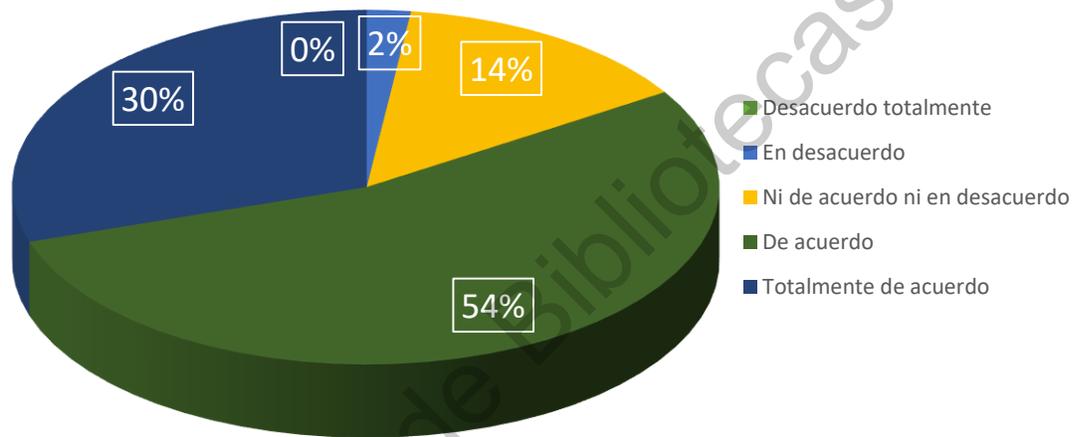


Fuente: Elaboración propia

Para la pregunta sobre la existencia de manuales, guías y documentos de los procedimientos y conocimientos de sus procesos; el 5% está de acuerdo, el 16% está de acuerdo, el 32% está ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 33% está en desacuerdo y el 14% está en desacuerdo totalmente.

La dicotomía de la respuesta sobre la existencia o no de manuales, guías y documentos abre una brecha de cuestionamientos. Sin embargo, parcialmente se infiere dos cosas: primero que pudieran no existir dichos manuales; dos no se tiene ni una estrategia y/o protocolo para su correcta difusión. En este sentido, Nonaka y Takeuchi (1999) consideran que el conocimiento se encuentra en el tipo tácito.

Figura 17 La presencia de personal certificado en el uso de equipo técnico para la producción es fundamental en la calidad de los productos

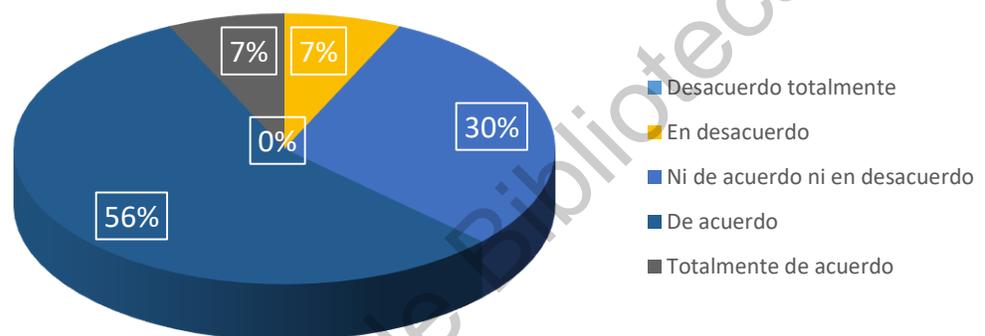


Fuente: Elaboración propia

El 30% está totalmente de acuerdo que la presencia del personal certificado en el uso de equipo técnico para la producción es fundamental en la calidad de los productos; 54% está totalmente de acuerdo; 14% está ni de acuerdo ni en desacuerdo; y el 2% está en desacuerdo.

Gestión de la Productividad

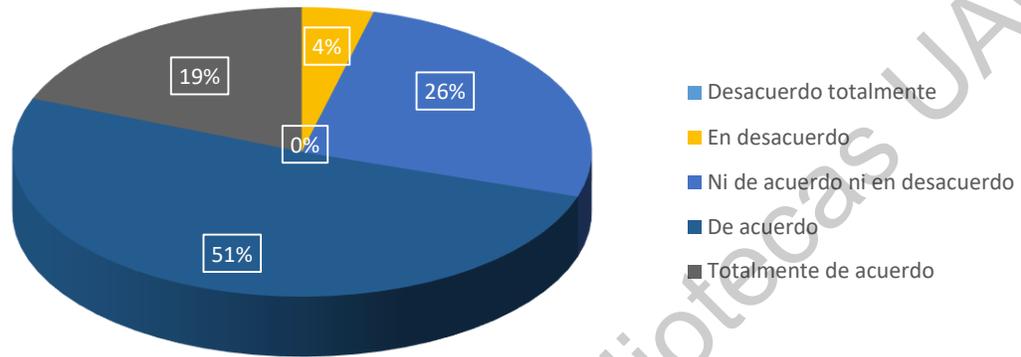
Figura 18 Los tiempos de entrega de los productos son adecuados en términos de eficiencia y eficacia



Fuente: Elaboración propia

Para la pregunta si se considera que los tiempos de entrega de los productos son adecuados en términos de eficiencia y eficacia; el 7% está totalmente de acuerdo, el 56% está de acuerdo, el 30% está ni de acuerdo ni en desacuerdo y el 7% está en desacuerdo. Existe una minoría que piensa que la eficiencia y eficacia de la organización tiene campos de oportunidad para implementar estrategias que puedan mejorar el tiempo de entrega.

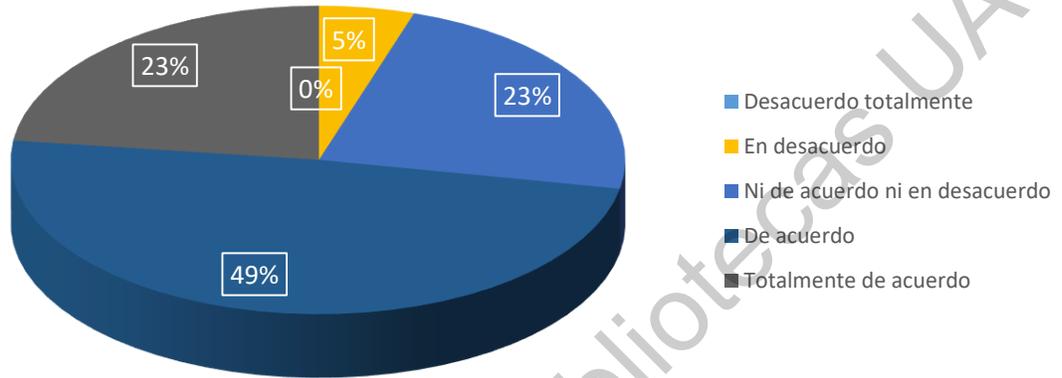
Figura 19 La productividad de la organización necesita de mejoras en los procesos.



Fuente: Elaboración propia

Con la finalidad de conocer la percepción de personal de la organización se preguntó si consideraban que la productividad de la organización necesitaba mejoras en los procesos; a lo cual el 19% de los encuestados contestaron que están desacuerdo totalmente, el 51% está en acuerdo, 26% no está ni en acuerdo ni en desacuerdo y el 4% está en desacuerdo. En la figura 18 se puede observar el 56% está de acuerdo que los tiempos de entrega de los productos son adecuados en términos de eficiencia y eficacia, sin embargo, cuando se realiza la presente pregunta

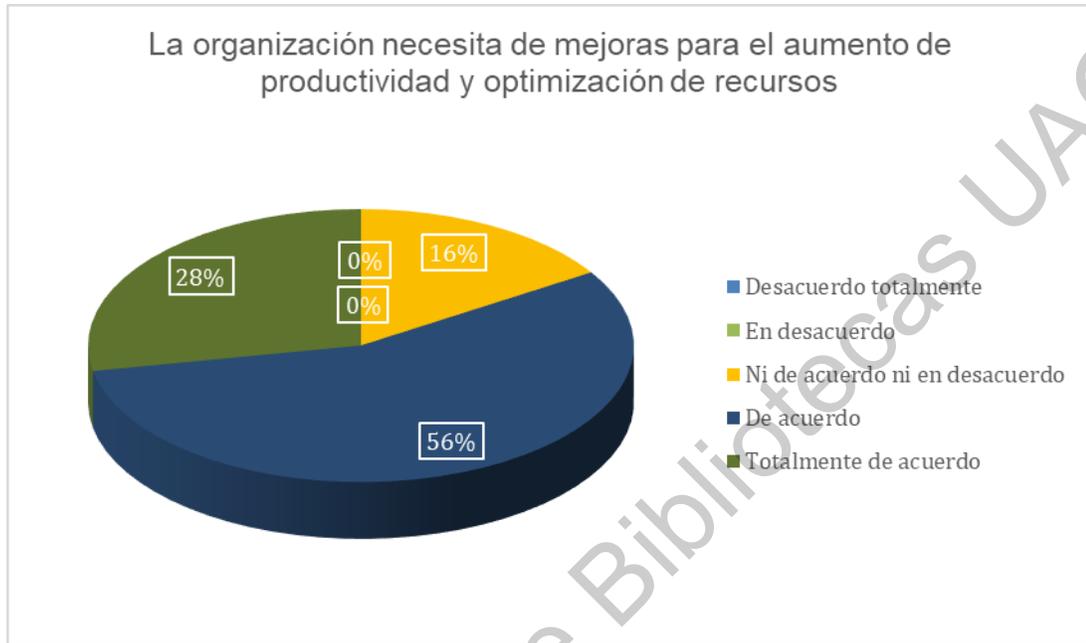
Figura 20 La optimización de recursos y eficiencia necesita de mejoras.



Fuente: Elaboración propia

El 23% de los encuestados está totalmente de acuerdo que la optimización de recursos de la organización y la eficacia necesitan mejoras; el 49% está de acuerdo; 23% ni de acuerdo ni en desacuerdo; mientras que 5% está en desacuerdo. Es decir, existe un elevado porcentaje de personas que tienen la percepción que la organización tiene fallas en la optimización y eficiencia de recursos.

Figura 21 La organización necesita de mejoras para el aumento de productividad y optimización de recursos

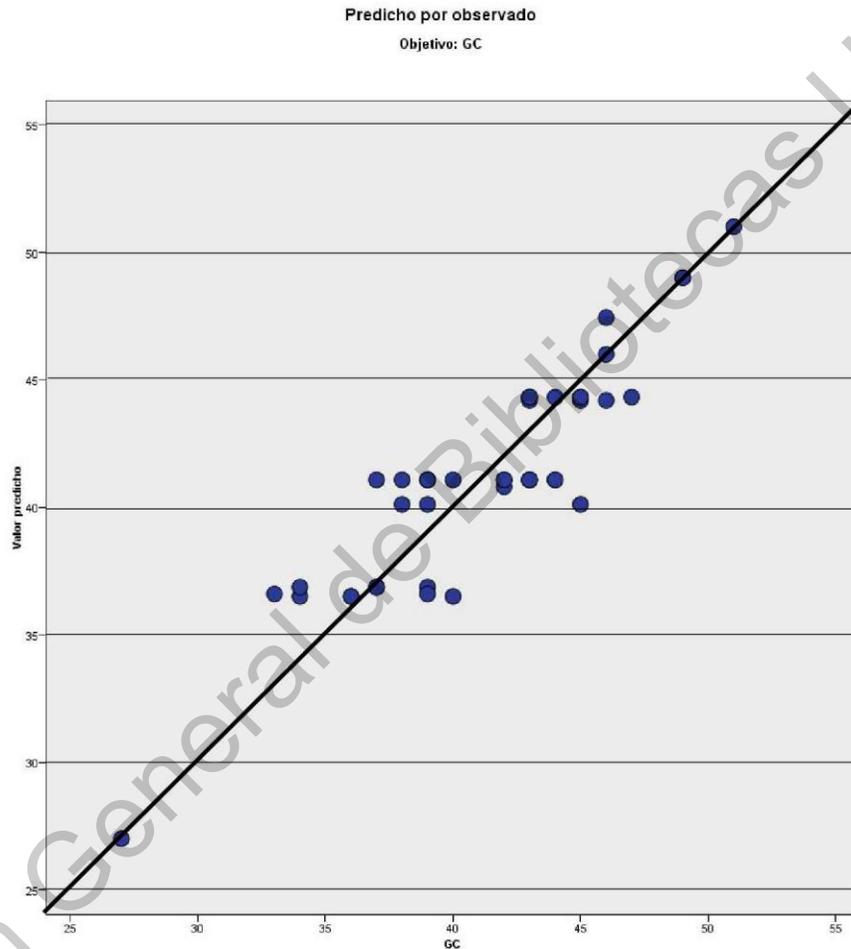


Fuente: Elaboración propia

La organización necesita de mejoras para el aumento de productividad y optimización de recursos; el 28% considera que está totalmente de acuerdo, el 56% está de acuerdo, y el 16% está ni de acuerdo ni en desacuerdo. Es decir, que el 84% considera que la organización tiene un campo de oportunidad en la productividad y optimización de recursos.

Resultados y gráficas inferenciales

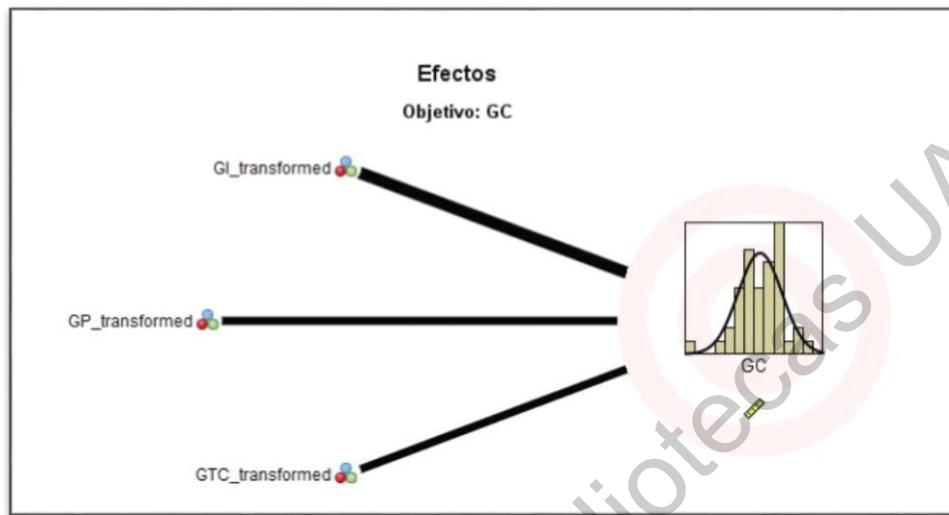
Figura 22 Regresión lineal con objetivo en la (GC) como variable dependiente, (GTC),(GI) y (P) como variables independientes.



Fuente: Elaboración propia

El método utilizado fue modelo lineal. Los registros utilizados en el entrenamiento fueron 43. Con un nivel de confianza de 95%, se incluyeron efectos con valores p inferiores a 0.05 y eliminaron efectos con valores de superiores a 0.1, donde GC fue la variable de pendiente y los predictores fueron GTC, P, GI.

Figura 23 Resultado de modelo a partir de análisis de prueba de regresión lineal



Fuente: Elaboración propia

Se procesaron 43 casos, con 28 ítems, con objetivo de GC como variable dependiente, P, GTC y GI como variables independientes. El resultado del análisis realizado por el programa SPSS, arrojó la **Figura . Resultado de modelo a partir de análisis de prueba de regresión lineal**, la cual comprueba la similitud del modelo propuesto para la presente investigación.

Figura 24 Resultado de modelo de regresión lineal

Preparación de datos automática		
Objetivo: GC		
Campo	Rol	Acciones realizadas
(GI_Transformed)	Predictor	Fusionar categorías para maximizar la asociación con el objetivo
(P_Transformed)	Predictor	Fusionar categorías para maximizar la asociación con el objetivo
(GTC_Transformed)	Predictor	Fusionar categorías para maximizar la asociación con el objetivo

Si el nombre del campo original es X, el campo transformado se muestra como (X transformado). El campo original se ha excluido del análisis y se ha incluido en su lugar el campo transformado.

Fuente: Elaboración propia

En los resultados arrojados por el software SPSS sugiere fusionar las categorías para maximizar la asociación con el objetivo, que en su caso fue con la gestión del conocimiento.

Capítulo VII

Conclusiones

Comprobación de hipótesis

Tabla 9 Comprobación de hipótesis

Hipótesis	Prueba estadística	Validación
H1. Existen las condiciones para el diseño de una metodología basada en gestión de conocimientos, para contenidos audiovisuales en medio digital multiplataforma en una institución educativa	Chi-cuadrada GC $Chi-cuadrado = 16.907$ con 15 gl $p = .324$	Aceptada
H2. La gestión del conocimiento influye en la productividad en los medios de comunicación.	Regresión lineal Independiente (GC) Dependiente (P) $R = .000$ Var (GC*GTC*GI) $= 1.00$ $t(\text{constante}) = 6.025$ $t(GC) = 2.269$ Chi-cuadrada GC $Chi-cuadrado = 16.907$ con 15 gl	Aceptada

	<p>p=.324</p> <p>P</p> <p>Chi-cuadrado =18.674</p> <p>con 11 gl</p> <p>p=.067</p> <p>GTC</p> <p>Chi-cuadrado =25.442</p> <p>con 8 gl</p> <p>p=.001</p> <p>GI</p> <p>Chi-cuadrado =24.442</p> <p>con 19 gl</p> <p>p=.180</p>	
--	---	--

Fuente: Elaboración propia

Hallazgos por variable

Sobre los resultados obtenidos de la aplicación del cuestionario en la televisora de la Universidad a continuación se presentan los hallazgos encontrados:

Tabla 10 Hallazgos por variable sobre las gráficas de resultados del cuestionario.

Variable	Hallazgos
Gestión del conocimiento(GC)	<ul style="list-style-type: none"><li data-bbox="737 758 1464 1178">• Aunque exista la perspectiva que en una organización sobre gestión de conocimiento es importante que se realicen esfuerzos diseñar una estrategias, sistemas o modelos para implementar sistemas, modelos o metodologías en GC.<li data-bbox="737 1205 1464 1436">• Es importante elaborar de manuales, guías de procedimiento, proceso y funciones específicos para los medios de comunicación.<li data-bbox="737 1463 1464 1751">• En caso de contar con manuales, guías de procedimientos, procesos y funciones es importante dar difusión con la finalidad de que el personal de la organización conozca estos.

	<ul style="list-style-type: none"> • Es importante diseñar e implementar programas de capacitación integral. • Cuando el conocimiento en un medio de comunicación se encuentra en el tipo tácito, es decir, que los procesos se transmitan de persona a persona, es necesario realizar esfuerzos para hacer la conversión de conocimiento tácito a explícito. • Certificar en uso del equipo técnico; aunque los participantes cuenten con estudios afines.
<p>Gestión Tecnológica del Conocimiento(GTC)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Es importante diseñar e implementar un sistema, modelo o metodología de GTC fusionado con la GC • Se necesita potencializar la funcionalidad de los equipos técnicos a su máxima capacidad mediante capacitación, conocimiento y certificación en su uso. • Es necesario impulsar el uso de tecnologías de la información y comunicación para fines de gestionar el conocimiento de forma positiva en la organización.

	<ul style="list-style-type: none"> • Generar información estadística y mediciones que permita mejorar y potencializar el uso tecnológico.
Gestión de la innovación (GI)	<ul style="list-style-type: none"> • Es necesario tener políticas claras e indicadores definidos para medir la innovación en una empresa. • La percepción de innovación puede estar desasociada de la gestión del conocimiento. • La GC no está necesariamente ligada a la innovación en una organización
Productividad (P)	<ul style="list-style-type: none"> • Es fundamental establecer parámetros e indicadores formales para poder medir la productividad, en términos cualitativos y cuantitativos. Los indicadores de productividad en un medio de comunicación deben ser complejizados para ser determinados de forma cualitativa y cuantitativa. • Existen áreas de oportunidad en la la producción en un medio de comunicación.

	<ul style="list-style-type: none">• Es importante elaborar documentos para la definir perfiles de funciones.• Es necesario tener un correcto manejo de personal, un organigrama acorde al funcionamiento real y orientado a aumentar la GC, GI, GTC y P.• Aunque exista la actitud y disposición para el mejoramiento de la productividad gestión del conocimiento, se necesita de una metodología que permita mejorar la productividad y gestión del conocimiento
--	--

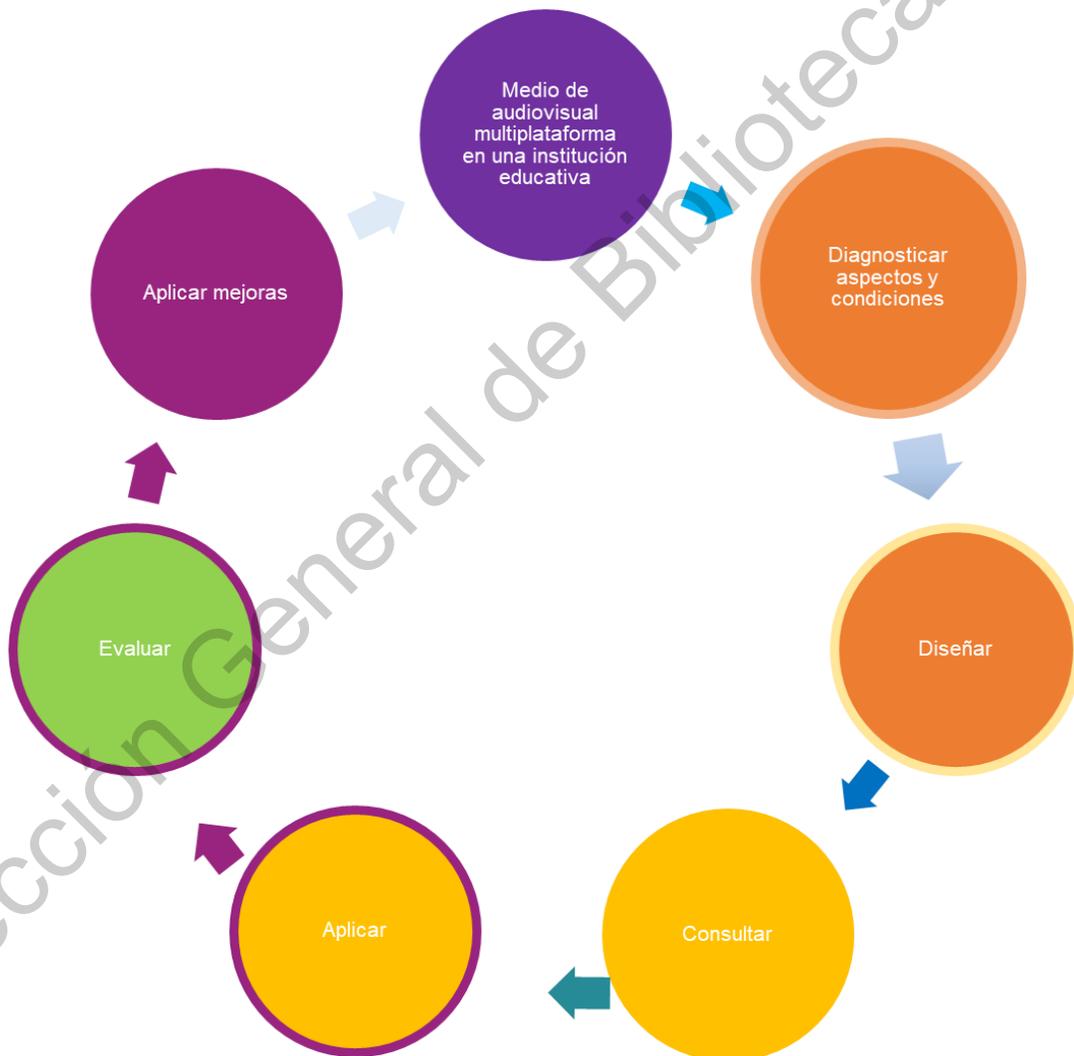
Fuente: Elaboración propia

Dirección General de Bibliotecas UAO

Propuesta metodológica

De acuerdo a la investigación presentada, se realiza la siguiente propuesta metodológica basada en la gestión del conocimiento para producir contenidos audiovisuales en un medio multiplataforma en una institución educativa.

Figura 25 Metodología basada en la gestión del conocimiento.



Fuente: Elaboración propia

Tabla 11 Descripción de fases de la propuesta metodológica

 <p>Diagnosticar aspectos y condiciones</p>
<p>La finalidad de la presente etapa es identificar conocimiento, diagnosticar aspectos y condiciones:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Búsqueda y descripción de conocimiento técnico que se necesita, según normas, reglamentos, estándares establecidos, con perspectiva de optimización de recurso, innovación y aumento de productividad.2. Diagnóstico de conocimiento tácito que se tiene en la organización.3. Diagnóstico de conocimiento explícito que se tiene en la organización4. Organizar el conocimiento tácito y explícito que se tiene en la organización5. Comparar el conocimiento tácito y explícito que se tiene contra el que se necesita para lograr los objetivos de la organización con la perspectiva de optimizar recursos, innovar, aumentar la productividad
 <p>Diseñar</p>

Diseñar es aquel que transforma productos, procesos, sistemas, requisitos, características o especificaciones.

La finalidad de esta etapa es diseñar una solución a partir del diagnóstico. Está puede estar contenida en un producto tangible o intangible (aplicación móvil, encuesta, escaleta, organigrama, manual, guía, documento, estrategia, etc...) que funcione como instrumento o herramienta para gestionar el conocimiento en una organización.

- Determinar de forma clara los objetivos
- Diseñar la evaluación y validación del diseño, tanto en su uso práctico como en su uso teórico.
- En caso de ser un producto tangible, evaluar la funcionalidad, usabilidad, ergonomía, así como el diseño estético.
- Identificar y establecer los indicadores de forma clara en relación al diseño y uso.



Consultar

Es importante consultar a las personas que harán uso del diseño con la finalidad de realizar ajustes previos a su aplicación, para evitar infuncionalidad de los instrumentos y herramientas para gestionar el conocimiento.



Aplicar

<p>Aplicar el instrumento o herramienta en la organización buscando y verificando la correcta difusión, aprendizaje y uso.</p>

<p>Aplicar la evaluación diseñada que ayude a generar información estadística que permite tomar decisiones en favor de las mejoras. La evaluación puede ser del tipo cualitativo, cuantitativo o mixto. Estas se deberán pensar con planificación previa, determinando tiempos y periodicidad, con objetivos específicos o generales claros. Con la finalidad de realizar mejoras, validaciones, verificaciones y/o correcciones. .</p>

<p>Aplicar mejoras a partir del análisis de evaluación. innovaciones</p>

Fuente: Elaboración propia

Los medios de comunicación son estructurantes para una sociedad; moldean comportamientos colectivos, educan, entretienen e informan. La radio y la televisión tienen la función social de contribuir al fortalecimiento de la integración nacional y el mejoramiento; afirmar el respeto a los principios de la moral social y dignidad humana; evitar influencia nocivas o perturbadoras de desarrollo armónico, entre otras funciones; esto de acuerdo al artículo 5º de la Ley Federal de Radio y Televisión (Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión, 2012). Por lo anterior, es compromiso y responsabilidad social trabajar en el mejoramiento y fortalecimiento de los medios de comunicación desde diferentes aristas; tecnología, capacitación, conocimiento, contenido, entre otras.

El estudio pudo dar cuenta que, en un medio de comunicación es importante realizar esfuerzos para diseñar estrategias, sistemas o modelos basados en gestión del conocimiento para en un primer momento administrar óptimamente los recursos y en un segundo momento, generar recursos propios que permitan el crecimiento sustentable y el desarrollo. En este sentido, se ha comprobado la hipótesis H1, en donde se afirma que la gestión del conocimiento influye en la productividad en los medios de comunicación.

Por otro lado, es importante señalar que la teoría de la gestión del conocimiento tiene origen desde las ciencias administrativas, de la mano de empresas de manufactura, dedicadas a la industria automotriz y tecnológica; el acercamiento de la gestión del conocimiento a los medios de comunicación, permite visibilizar la cantidad de información y conocimiento, al interior y al exterior, que debe ser manejado estratégicamente para generar contenidos de calidad, en marcados en códigos de éticas, manuales de estilo, pertinencia de la información, línea editorial, lineamientos de defensorías de derechos a las audiencias, entre muchas otras cosas. Toda esta información debe ser manejada estratégicamente en tomas de decisiones que favorezcan a la estructura organizativa, manejo de información, para finalmente se dé como resultado un producto audiovisual, que con los avances tecnológicos se encuentran difundidas a diferentes plataformas (Televisión, YouTube, Facebook, cine, etc.); lo que implica mayor gestión de conocimiento

técnico. A lo anterior, debemos sumar la inmediatez con la que los conocimientos deben ser manejados, esto por la naturaleza misma de los medios de comunicación. Además, de la obligación de los medios de adentrarse de lleno en la era tecnológica, en donde se debe buscar las formas para aumentar la capacidad de procesamiento de big data, desprendido de los avances tecnológicos y la cantidad monstruosa de información que se genera.

Cuando el conocimiento en un medio de comunicación se encuentra en el tipo tácito, es decir, que los procesos se transmiten de persona a persona, es necesario realizar esfuerzos para hacer la conversión de conocimiento tácito a explícito para el fortalecimiento de la empresa, para su correcto y asertivo funcionamiento.

En términos de productividad es fundamental establecer parámetros e indicadores formales para medir la productividad. Los indicadores de productividad en un medio de comunicación deben ser complejizados para ser determinados de forma cualitativa y cuantitativa. Existen áreas de oportunidad en la producción en un medio de comunicación. Es importante tener presente que, aunque exista la actitud y disposición para el mejoramiento de la productividad y gestión del conocimiento, se necesita de una metodología que permita mejorar de las mismas.

La sociedad multidimensional del conocimiento supone la exigencia en la Alta Dirección la toma de decisiones asertiva sobre gestión del conocimiento de la organización. La gestión del conocimiento es el todo de una empresa. sus procesos, sus productos, sus procedimientos, su gente, su conocimiento, por ello es importante diagnosticar los aspectos y las condiciones de los conocimientos, posteriormente diseñar herramientas que nos permitan organizar, utilizar, evaluar los conocimientos, para posteriormente aplicar mejoras. La productividad se puede considerar como uno de los indicadores directos de la gestión del conocimiento en un medio de comunicación multiplataforma en una institución educativa.

Una metodología basada en gestión de conocimiento ofrece la oportunidad de generar mayor número de contenidos.

La alta dirección debe enfocarse en estrategias para la satisfacción del empleado con la finalidad de aumentar la productividad, no desvincular al cliente del empleado. Lo anterior según el sitio de KPMG, en un artículo publicado en julio de 2019 por Aldo Piedras y Olivia, en este sentido, afirma que cuando los empleados satisfechos en su trabajo pueden brindar mejores experiencias al cliente, así como con proveedores o consumidores finales. La alta dirección debería responder de manera auténtica y significativa a las necesidades de los empleados mediante una experiencia significativa.

En esta era, y como en todas, los retos para el progreso y evolución está en manos de las personas que toman decisiones. Hoy los medios de comunicación juegan un papel muy importante en el desarrollo de la sociedad, en donde el conocimiento se ha vuelto un eje central. La gestión del conocimiento se convierte en una herramienta que permite a las organizaciones, enfrentarse a los nuevos retos de la sociedad moderna.

Capítulo VIII

Bibliografía y Referencias

- Albuquerque, F. (2008). Innovación, transferencia de conocimientos y desarrollo económico territorial: una política pendiente. *Arbor*, 184(732), 687-700. doi:10.3989/arbor.2008.i732.215
- Arceo, G. (2009). El impacto de la Gestión del Conocimiento y las Tecnologías de la Información en la innovación: un estudio en la PYME del sector agroalimentario de Cataluña. (Tesis doctoral), Universidad Politécnica de Catalunya, España.
- Aja, L. (2002). Gestión de información, gestión del conocimiento y gestión de la calidad en las organizaciones. *ACIMED*, 10(5), 7-8. Recuperado de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1024-94352002000500004&lng=es&tlng=es.
- Bhatnagar, R., Kim, J., & Many, J. E. (2014). Candidate surveys on program evaluation: Examining Instrument reliability, validity and program effectiveness. *American Journal of Educational Research*, 2(8), 683-690.
- Blesa, P. (2006). Medios de comunicación y democracia: ¿El poder de los medios o los medios al poder? *Sphera Pública*, (6), 87-106.
- Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión (2012). Ley de Radio y Televisión. Última reforma DOF 09-04-2012. Recuperado de http://www.sct.gob.mx/fileadmin/_migrated/content_uploads/Ley_Federal_de_Radio_y_Televisión.pdf
- Cequea, M. M., Monroy, C. R., & Bottini, M. A. N. (2011). La productividad desde una perspectiva humana: Dimensiones y factores. *Intangible capital*, 7(2), 549-584.

- Corral de Franco, Y. J. (2009). Validez y confiabilidad de los instrumentos de investigación para la recolección de datos. *Revista Ciencias de la Educación*, 19 (33), 1-20.
- Currás, E. (1997) Caos y orden en la organización del conocimiento. En G., Marco & F., Javier. (Ed), Organización del conocimiento en sistemas de información y documentación: actas del II Encuentro de ISKO-España, Getafe, Universidad de Zaragoza.
- Drucker, P., y González, P. (1994). La nueva sociedad de organizaciones. *Gestión y Estrategia*, 27(5), 129-138.
- Galindo, M. & Ríos, V. (2015). Productividad en serie de Estudios Económicos, Vol. I Agosto 2015. México DF: México ¿cómo vamos?"
- Guerrero, S. (2016). *Uso de la gestión de la información (TI) y la gestión del conocimiento (GC) en la creatividad de los expertos en una industria automotriz* (tesis doctoral). Universidad Autónoma de Querétaro, Querétaro.
- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, M. (2010). *“Metodología de la investigación”*. Quinta edición. Editorial Mc Graw Hill.
- ISO 9001-2000. Sistemas de gestión de la calidad. Requisitos. Ginebra: ISO; 2000.
- Krüger, K. (2006). El concepto de sociedad del conocimiento. *Revista bibliográfica de geografía y ciencias sociales*, 11(683), 742-98.
- Lage, A. (2000). Las biotecnologías y la nueva economía: crear y valorizar los bienes intangibles. *Biología Aplicada*, 17(1), 55-61.
- López, E. & Méndez, G. (2012). Technological Improvement Model for SME base don Knowlege Management and System Dynamic. X Congreso Latinoamericano de Dinámica de Sistemas.
- Moreno, F. y Moreno, D. (1986). *Introducción al desarrollo tecnológico*. SENA.

- Nonaka, I. y Takeuchi, H. (1999). *La organización creadora de conocimiento*. México: Oxford University Press.
- Oppenheimer, A. (2014). *¡ Crear o morir. La esperanza de Latinoamérica y las cinco claves de la innovación*. México: Penguin Random House.
- Osornio, R., Morales, L., Benitez, J., y Trejo, M. (Ed.). (2015). *Gestión Competitiva un Enfoque Interdisciplinario*. México: Universidad Autónoma de Querétaro.
- Pallarès, M. (2014). Los Medios de Comunicación y Tecnológicos como Ejes de Canalización y Gestión de Conocimiento. *EDUCAR*, 50 (1), 207-229.
- Peluffo, M., y Catalán, E. (2002). *Introducción a la gestión del conocimiento y su aplicación al sector público*. Santiago de Chile: Naciones Unidas.
- Pérez, Y. & Coutín, A. (2005). La gestión del conocimiento: un nuevo enfoque en la gestión empresarial. *Acimed*, 13(6), 0-0
- Picco, A., Marchese, A., y Ingrassia, R. (27 y 28 de noviembre de 2007). *Herramientas Tecnológicas para la Gestión de Conocimiento Organizacional. Undécimas Jornadas "Investigaciones en la Facultad" de Ciencias Económicas y Estadística*. Universidad Nacional del Rosario, Argentina.
- Ramos, N. (2014). *Gestión Tecnología e Innovación*. México: Pearson Educación.
- Rodríguez, F., & Gómez Bravo, L. (1991). *Indicadores de calidad y productividad de la empresa*.
- Ruelas, E. (1993). Calidad, productividad y costos. *Salud Pública de México*, 35(3), 298-304.
- Ruiz, V. (2015). Cine colaborativo. Discursos, prácticas y multiplataforma digitales. Hacia una diversificación de formatos transmedia participativos en el Espacio Digital Europeo. *Journal of Communication*, 11(11), 88-117.

Salaverría, R. (2003). Convergencia de los medios. *Revista Latinoamericana de Comunicación*, (81). 32-39. doi: 10.16921/chasqui.v0i81.1471

Sartori, G. (2012). *Homo videns: la sociedad teledirigida*. Argentina: Taurus.

UNESCO. (2005). *Informe Mundial de la UNESCO: Hacia las Sociedades de Conocimiento*. Recuperado de http://www.lacult.unesco.org/docc/2005_hacia_las_soc_conocimiento.pdf

Universidad Autónoma de Querétaro (2018). Acuerdo por el que se crea el Sistema Universitario de Radio, Televisión y Cinematografía. Recuperado 11 de junio de 2019, de <https://surtc.uaq.mx/index.php/normatividad/acuerdo-por-que-se-crea-el-sistema-universitario-de-radio-television-y-cinematografia>

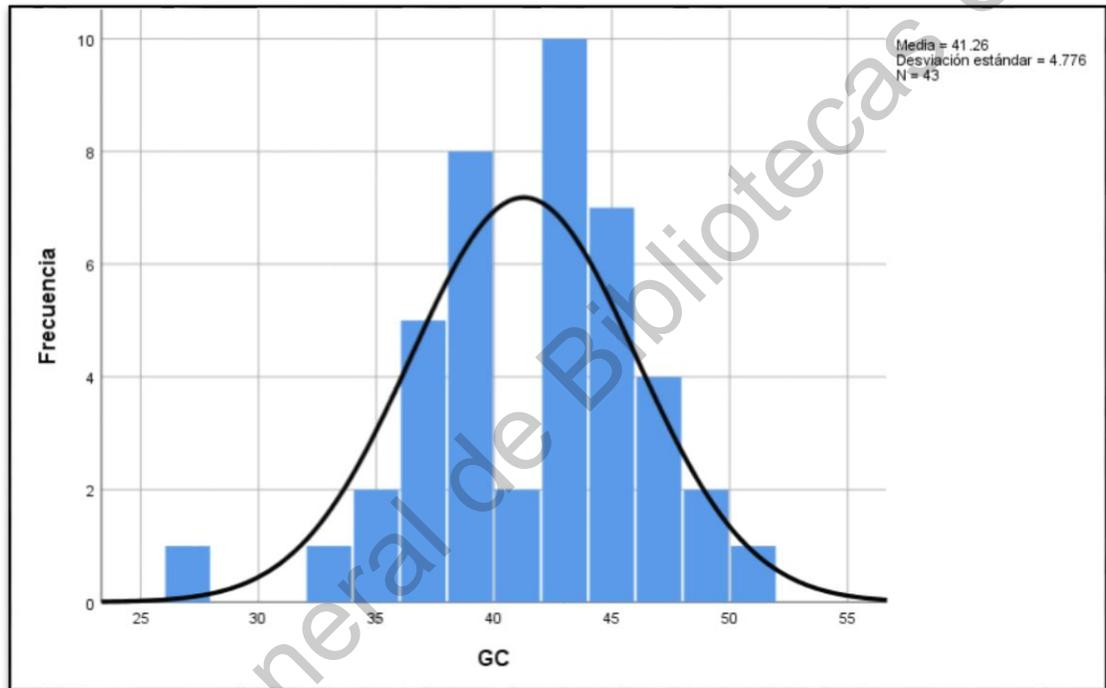
Urquiza, B., & Ledezma, R. (2014). Desarrollo de capacidades, comunicación y gestión del conocimiento (No. CIDAB-HC181-H41e-13). HELVETAS Swiss Intercooperation Cooperación Suiza en Bolivia. Proyecto Gestión de Recursos Naturales y Cambio Climático..

Valencia, M. (2005). El capital humano, otro activo de su empresa. *Entramado*, 1(2), 20-30.

Anexos

Anexo. (A)

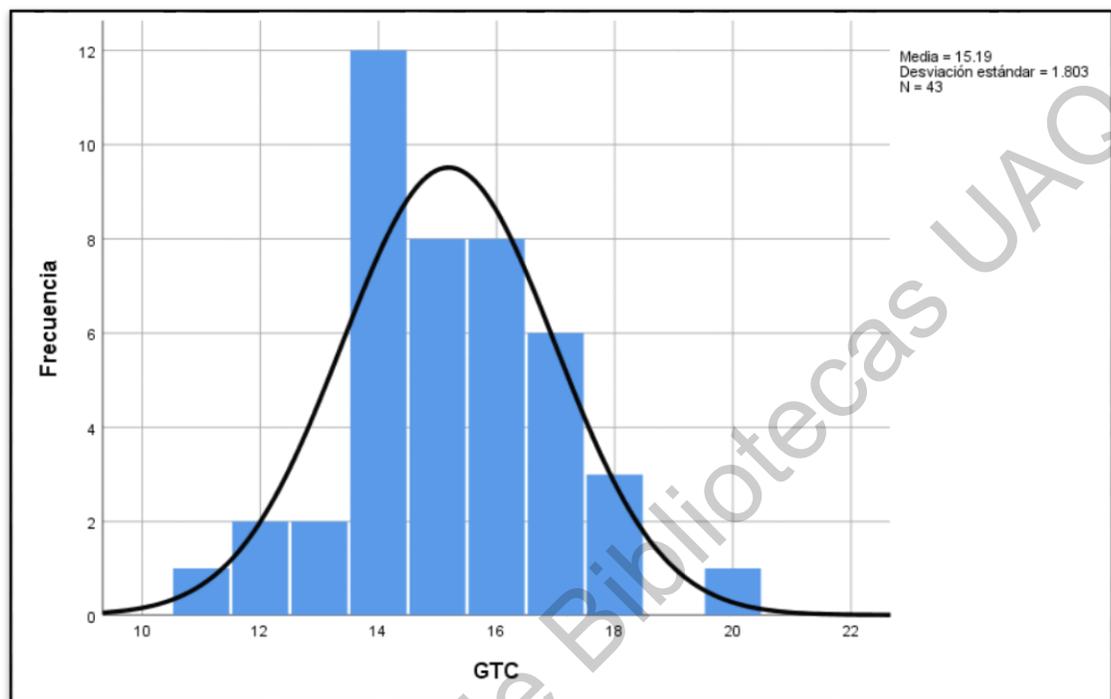
Figura 26 Histograma de la variable de Gestión del Conocimiento (GC)



Fuente: Elaboración propia

En la figura la variable de productividad, muestra una desviación estándar de 4.776 y una media de 41.26, 43 números de casos analizados, con una curtosis positiva y una distribución simétrica positiva.

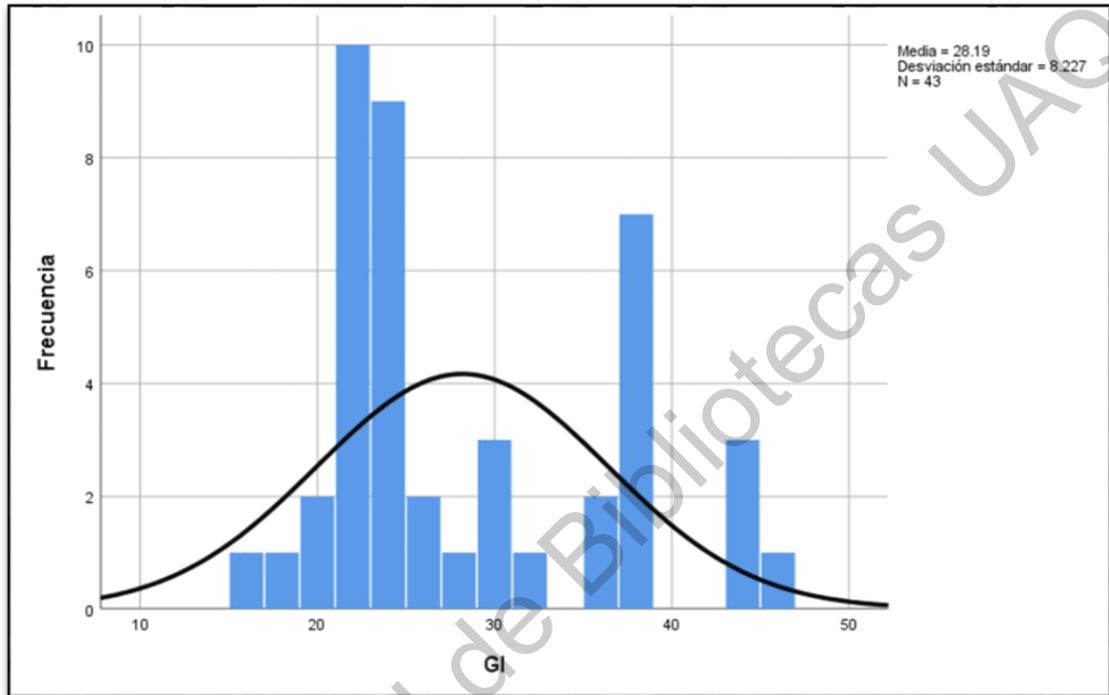
Figura 27 Histograma de la variable Gestión Tecnológica de Conocimiento



Fuente: Elaboración propia

En la figura la variable de productividad, muestra una desviación estándar de 1.803 y una media de 15.19, 43 números de casos analizados, con una curtosis positiva y una distribución simétrica negativa.

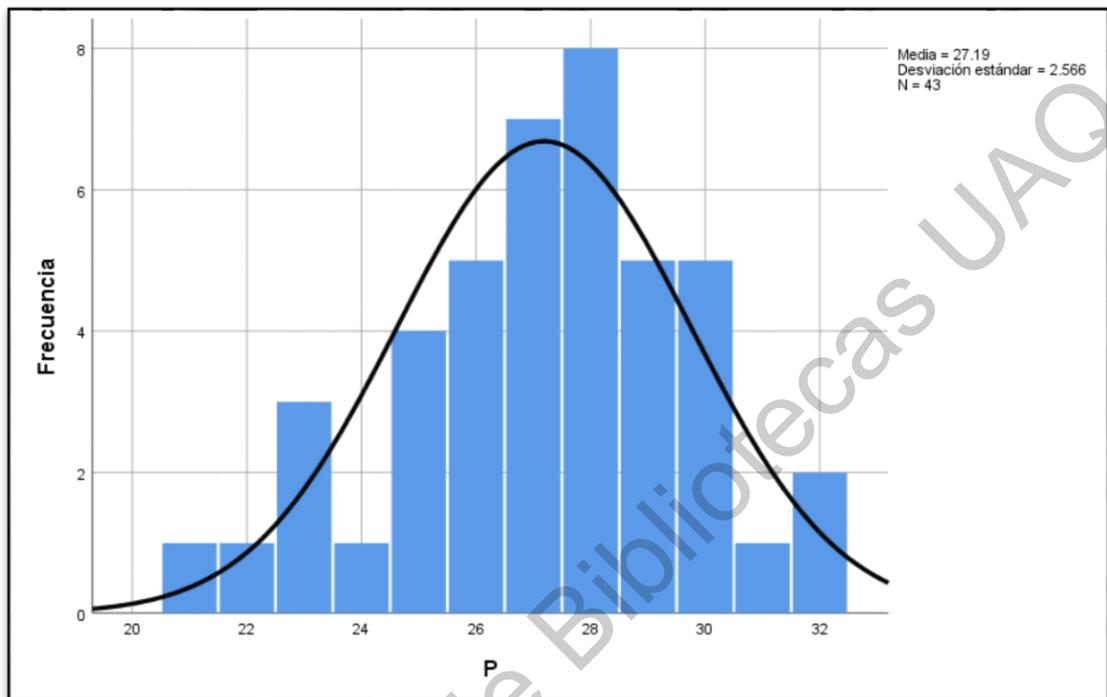
Figura 28 Histograma de la variable Productividad



Fuente: Elaboración propia

En la figura la variable de gestión innovación (GI), muestra una desviación estándar de 8.227 y una media de 28.9, 43 números de casos analizados, con una curtosis negativa y una distribución simétrica negativa.

Figura 29 Histograma de la variable productividad



Fuente: Elaboración propia

En la figura la variable de productividad, muestra una desviación estándar de 2.566 y una media de 27.19, 43 números de casos analizados, con una curtosis positiva y una distribución simétrica positiva.

Resultados de chi-cuadrado

Tabla 12 Resultados de Chi-cuadrado

Estadísticos de prueba				
	GC	P	GTC	GI
Chi-cuadrado	16.907 ^a	18.674 ^b	25.442 ^c	24.442 ^d
gl	15	11	8	19
Sig. asintótica	.324	.067	.001	.180
a. 16 casillas (100.0%) han esperado frecuencias menores que 5. La frecuencia mínima de casilla esperada es 2.7.				
b. 12 casillas (100.0%) han esperado frecuencias menores que 5. La frecuencia mínima de casilla esperada es 3.6.				
c. 9 casillas (100.0%) han esperado frecuencias menores que 5. La frecuencia mínima de casilla esperada es 4.8.				
d. 20 casillas (100.0%) han esperado frecuencias menores que 5. La frecuencia mínima de casilla esperada es 2.2.				

Fuente: Elaboración propia

Resultados de Análisis univariado de varianza con P

Tabla 13 Análisis univariado de varianza con P como variable dependiente

Medias cuadráticas esperadas^{a,b}						
Origen	Componente de varianza					
	Var(GI)	Var(GC * GI)	Var(GTC * GI)	Var(GC * GTC * GI)	Var(Error)	Término cuadrático
Intersección	2.111	1.094	1.017	1.009	1.000	Intersección, GC, GTC, GC * GTC
GC	.000	1.000	.000	1.000	1.000	GC, GC * GTC
GTC	.000	.000	1.000	1.000	1.000	GTC, GC * GTC
GI	1.082	1.000	.993	1.000	1.000	
GC * GTC	.000	.000	.000	.000	.000	
GC * GI	.000	.000	.000	.000	.000	
GTC * GI	.000	.000	.000	.000	.000	
GC * GTC * GI	.000	.000	.000	.000	.000	
Error	.000	.000	.000	.000	1.000	
a. Para cada origen, la media cuadrática esperada equivale a la suma de coeficientes en las casillas por los componentes de varianza, más un término cuadrático que implica efectos en la casilla de término cuadrático.						
b. Las medias cuadráticas esperadas se basan en la suma de cuadrados del tipo III.						

Fuente: Elaboración propia

Innovación de la investigación

Tabla 14 Tipo de innovación de la investigación

Tipo de innovación	Sí	No
Radical		✓
Incremental	✓	
Tecnológica		✓
Comercial		✓
Organizativa	✓	

Fuente: Elaboración propia

Anexo. (B)

Dirección General de Bibliotecas UAQ

ENCUESTA PARA CONOCER ASPECTOS Y CONDICIONES PARA EL DISEÑO METODOLÓGICO BASADO EN GESTIÓN DE CONOCIMIENTO, PARA CONTENIDOS AUDIOVISUALES EN MEDIOS DIGITALES MULTIPLATAFORMA.

Mi nombre es Lidia Pamela Cortés Morales, actual estudiante de la Maestría en Diseño e Innovación, con línea general de aplicación de conocimiento en producto, por la Universidad Autónoma de Querétaro. Como parte de los requisitos para la obtención de grado, *realizo un estudio con la finalidad de diseñar una propuesta metodológica, basada en modelos de gestión de conocimiento, aplicada para medios audiovisuales digitales en multiplataforma*; razón por la que solicito amablemente dar respuesta al siguiente cuestionario. Es importante destacar que los datos serán de uso confidencia y exclusivo para fines académicos. El llenado del cuestionario no es de carácter obligatorio y podrá suspenderse en el momento en el que el encuestado lo decidiera.

Agradeciendo de antemano su atención y su tiempo dedicado al tema. Así mismo le solicito me haga llegar sus comentarios, sugerencias u observaciones mediante el siguiente correo electrónico.

LCP. Lidia Pamela Cortés Morales

Maestría en Diseño e Innovación UAQ e-mail: mdi.lidia.cortes@gmail.com

Instrucciones: El cuestionario consta de 5 bloques: La primera parte es referente a datos generales del encuestado; los siguientes bloques, pretenden conocer aspectos y condiciones acerca de la Gestión de Conocimiento (GC), Gestión Tecnológica de Conocimiento (GTC),) Gestión de la Innovación (GI) y Productividad (P) como marco de referencia para la implementación de un sistema de GC en organizaciones y empresas dedicadas a la producción audiovisual en Querétaro. Los criterios de evaluación del instrumento serán bajo la Escala de Likert. Donde la codificación numérica se presentará de la siguiente forma:

1. Desacuerdo totalmente, 2. En desacuerdo, 3. Ni en acuerdo ni en desacuerdo, 4. En acuerdo, 5. En acuerdo total

Por favor no dejes ninguna pregunta sin contestar.

I. DATOS GENERALES

Favor de llenar el siguiente formulario (excepto el folio):

1	Fecha (DD/MM/AAAA):	Folio:
2	Empresa o institución donde labora:	
3	Puesto que ocupa en su área de trabajo:	
4	Departamento al que pertenece:	
5	Funciones que realiza dentro de su área de trabajo:	

Por favor subraya la opción que mejor te describa.

6	Último grado de estudios:				
	1. Bachillerato	2. Técnico Superior	3. Licenciatura	4. Maestría	5. Doctorado
7	Sexo				
	1. Femenino	2. Masculino			
8	Edad				
	1. Menor de 27 años	2. De 27 a 35 años	3. De 36 a 40 años	4. 41 a 45 años	5. Mayor de 45 años
9	Antigüedad en su puesto actual				
	1. De 1 a 3 años	2. De 3 a 5 años	3. De 6 a 8 años	4. De 9 a 10 años	5. Más de 10 años
10	¿Cuál es tu condición laboral en la organización?				
	1. Contratación con prestaciones	2. Contratación por honorarios	3. Prácticas o Servicio social	4. Becario	5. Otro ¿Cuál? _____
11	¿En tu opinión, aproximadamente, cuánto tiempo has invertido en tu formación para realizar tu trabajo?				
	1. Menos de 1 año	2. 1 año a 3 años	3. 3 años a 5 años	4. 5 años a 7 años	5. Más de 7 años
12	¿En tu opinión cuánto has invertido en tu formación profesional, que te permite realizar tu trabajo en esta organización?				
	1. Menor a \$3,000	2. \$3,000 a \$5,000	3. \$5,000 a \$10,000	4. \$10,000 a \$15,000	5. Más de \$20,000

Conceptos:

II. Gestión de conocimiento (GC): Es la gestión del capital intelectual en una organización, con la finalidad de dar valor agregado a los productos y servicios que se ofrecen, y con ello generar o mantener ventaja competitiva (Guerrero,2016).

III. Gestión Tecnológica de Conocimiento (GT): La implementación de las Tecnologías Digitales de la Información benefician en los procesos de Gestión de Conocimiento para la mejora de la productividad (Guerrero,2016).

IV. Gestión de la Innovación (GI): La innovación es el complejo proceso de llevar nuevas a ideas al mercado, en forma de mejora o creación de nuevos productos, servicios o procesos. Este proceso está compuesto por dos partes no necesariamente secuenciales y con frecuentes cambios de ida y vuelta entre ellas. Una está especializada en la creación del conocimiento y la otra se dedica fundamentalmente a su aplicación para convertirlo en un proceso, un producto o un servicio que incorpore ventajas para el mercado (Cote, 1998).

V. Productividad (P): La productividad se puede considerar como un indicador global del desempeño de una organización (Cequea, Monroy & Bottini, 2011), mide la eficiencia del trabajo y el capital para producir valor económico (Galindo & Ríos,2015).

II. Gestión de conocimiento (GC)

Por favor subraya la opción que mejor describa a su opinión y/o a su medio.

13	Es familiar el concepto de gestión del conocimiento					
	1.Desacuerdo totalmente	2. En desacuerdo	3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4.De acuerdo	5. Totalmente de acuerdo	
14	La gestión del conocimiento permite que aumente el capital intelectual de la organización					
	1.Desacuerdo totalmente	2. En desacuerdo	3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4. De acuerdo	5. Totalmente de acuerdo	

15	La gestión del conocimiento proporciona ventaja competitiva para la organización					
	1.Desacuerdo totalmente	2. En desacuerdo	3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4. De acuerdo	5. Totalmente de acuerdo	
16	La gestión del conocimiento se encuentra presente en los procesos de producción					
	1.Desacuerdo totalmente	2. En desacuerdo	3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4. De acuerdo	5. Totalmente de acuerdo	
17	El conocimiento del personal en preproducción, producción, post producción y difusión es el recurso más valioso de la organización					
	1.Desacuerdo totalmente	2. En desacuerdo	3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4. De acuerdo	5. Totalmente de acuerdo	
18	En la organización se invierte tiempo y recursos para la conservación del conocimiento de sus procesos					
	1.Desacuerdo totalmente	2. En desacuerdo	3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4. De acuerdo	5. Totalmente de acuerdo	
19	Existen manuales, guías y documentos de los procedimientos y conocimientos de la organización					
	1.Desacuerdo totalmente	2. En desacuerdo	3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4. De acuerdo	5. Totalmente de acuerdo	
20	En la organización se seleccionan y formulan estrategias para la mejora continua de los procesos, principalmente en aquellos que permiten la generación, utilización y transferencia de conocimiento					
	1.Desacuerdo totalmente	2. En desacuerdo	3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4. De acuerdo	5. Totalmente de acuerdo	
21	La organización identifica las líneas de conocimiento y ayuda a capturar, adoptar y transferir el conocimiento necesario para agregar valor a los productos audiovisuales y potenciar los resultados					
	1.Desacuerdo totalmente	2. En desacuerdo	3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4. De acuerdo	5. Totalmente de acuerdo	

22	La cultura y el espíritu de la empresa es positiva. La satisfacción de trabajar y/o colaborar en la organización es importante					
	1.Desacuerdo totalmente	2. En desacuerdo	3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4. De acuerdo	5. Totalmente de acuerdo	
23	La presencia de personal certificado en el uso de equipo técnico para la producción es fundamental en la calidad de los productos					
	1.Desacuerdo totalmente	2. En desacuerdo	3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4. De acuerdo	5. Totalmente de acuerdo	

III. Gestión Tecnológica de Conocimiento (GTC)

Por favor subraya la opción que mejor describa a su opinión y/o a su medio.

24	Es indispensable la creación de manuales, documentos y mejores prácticas de productos y procesos					
	1.Desacuerdo totalmente	2. En desacuerdo	3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4.De acuerdo	5. Totalmente de acuerdo	
25	Se utilizan Tecnologías de la Información y Comunicación para procesos de Gestión de Conocimiento					
	1.Desacuerdo totalmente	2. En desacuerdo	3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4. De acuerdo	5. Totalmente de acuerdo	
26	Los manuales, guías y documentos se encuentran administrados y usados en plataformas digitales					
	1.Desacuerdo totalmente	2. En desacuerdo	3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4. De acuerdo	5. Totalmente de acuerdo	
27	Es importante implementar estrategias orientadas a desarrollar el conocimiento mediante Tecnologías de la Información y Comunicación					
	1.Desacuerdo totalmente	2. En desacuerdo	3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4. De acuerdo	5. Totalmente de acuerdo	

IV. Gestión de la Innovación (GI)

Por favor subraya la opción que mejor describa a su opinión y/o a su medio.

28	En la organización es prioridad generar estrategias para fomentar y estimular la innovación	
	1.Desacuerdo totalmente 2. En desacuerdo 3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4. De acuerdo 5. Totalmente de acuerdo	
29	La innovación es un procesos fundamental dentro de la políticas de la organización	
	1.Desacuerdo totalmente 2. En desacuerdo 3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4. De acuerdo 5. Totalmente de acuerdo	
30	El fomento a la creatividad en el desarrollo de la iniciativa para la innovación es importante	
	1.Desacuerdo totalmente 2. En desacuerdo 3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4. De acuerdo 5. Totalmente de acuerdo	
31	En la organización se estimula el liderazgo y el trabajo en equipo en favor de la innovación	
	1.Desacuerdo totalmente 2. En desacuerdo 3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4. De acuerdo 5. Totalmente de acuerdo	
32	Las innovaciones tecnológicas son aquellas actividades o procesos que incorporan nuevas posibilidades o alternativas técnicas en la producción, orientadas por la existencia o identificación de oportunidades de mercado o necesidades	
	1.Desacuerdo totalmente 2. En desacuerdo 3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4. De acuerdo 5. Totalmente de acuerdo	
33	La organización se preocupa por la mejora continua y en la mejora de los procesos para ofrecer mejores productos y servicios	
	1.Desacuerdo totalmente 2. En desacuerdo 3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4. De acuerdo 5. Totalmente de acuerdo	

V. Productividad (P)

Por favor subraya la opción que mejor describa a su opinión y/o a su medio.

34	Los productos cumplen con los estándares de calidad mínimos requeridos por la audiencia				
	1.Desacuerdo totalmente	2. En desacuerdo	3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4.De acuerdo	5. Totalmente de acuerdo
35	Los tiempos de entrega de los productos son adecuados en términos de eficiencia y eficacia				
	1.Desacuerdo totalmente	2. En desacuerdo	3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4. De acuerdo	5. Totalmente de acuerdo
36	La productividad de la organización necesita de mejoras en los procesos				
	1.Desacuerdo totalmente	2. En desacuerdo	3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4. De acuerdo	5. Totalmente de acuerdo
37	La optimización de recursos y la eficiencia necesita de mejoras				
	1.Desacuerdo totalmente	2. En desacuerdo	3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4. De acuerdo	5. Totalmente de acuerdo
38	Para la organización atender a las demandas y dar solución a los problemas que plantea la audiencia es fundamental para el desarrollo y crecimiento de la organización				
	1.Desacuerdo totalmente	2. En desacuerdo	3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4. De acuerdo	5. Totalmente de acuerdo
39	Hacer estudios de recepción y aceptación de los productos y servicios a la audiencia en términos de calidad es parte fundamental para el desarrollo y crecimiento de la organización				
	1.Desacuerdo totalmente	2. En desacuerdo	3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4. De acuerdo	5. Totalmente de acuerdo
40	La organización necesita de mejoras para el aumento de productividad y optimización de recursos				
	1.Desacuerdo totalmente	2. En desacuerdo	3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4. De acuerdo	5. Totalmente de acuerdo

¡Gracias por su valioso tiempo y disposición!

Anexo. (C)

Dirección General de Bibliotecas UAQ

Pregunta	S001	S002	S003	S004	S005	S006	S007	S008	S009	S010	S011	S012	S013	S014	S015	S016	S017	S018	S019	S020	S021	S022	S023	S024	S025	S026	S027	S028	S029	S030	S031	S032	S033	S034	S035	S036	S037	S038	S039	S040	S041	S042	S043	
Último grado de estudios	1	3	3	3	4	3	3	3	1	3	3	3	3	3	1	4	3	3	1	3	3	2	4	1	3	4	2	4	4	3	1	1	1	3	3	1	1	2	3	3	5	3	3	
Sexo	1	1	1	1	2	1	2	2	2	1	2	1	1	1	1	2	1	2	1	1	2	2	1	2	2	1	2	1	2	2	1	2	1	1	1	1	2	1	2	2	1	1	2	
Edad	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	3	5	2	1	2	4	4	3	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	5	1	1	
Antigüedad en su puesto actual	1	1	1	1	1	0	0	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	2	2	3	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	5	1	1	
¿Cuál es tu condición laboral en la organización?	4	2	2	4	1	4	3	1	4	2	4	2	4	2	4	1	4	2	3	2	1	1	1	4	1	1	1	1	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
¿En tu opinión, aproximadamente, cuánto tiempo has invertido en tu formación para realizar tu trabajo?	2	4	4	2	3	2	2	3	2	3	2	4	2	3	1	4	2	5	3	3	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	5	3	2	2	2	1	3	2	2	2	1	5	2	1
¿En tu opinión cuánto has invertido en tu formación profesional, que te permite realizar tu trabajo en esta organización?	2	4	5	5	5	2	5	5	4	2	4	2	5	1	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	2	3	1	3	1	2	2	4	1	5	2	2		
Es familiar el concepto de gestión del conocimiento	4	4	3	1	5	2	1	4	1	1	2	3	3	4	2	4	5	4	1	4	4	5	3	3	4	1	2	2	2	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	3	5	4	1	
La gestión del conocimiento permite que aumente el capital intelectual de la organización	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	3	4	3	4	3	5	4	4	4	4	4	3	5	5	3	
La gestión del conocimiento proporciona ventaja competitiva para la organización	5	4	5	3	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	5	3	5	4	4	5	4	3	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	3	
La gestión del conocimiento se encuentra presente en los procesos de producción	4	4	4	3	5	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	5	4	3	4	5	4	4	3	4	4	4	3	5	2	4	4	4	4	3	4	3	3	
El conocimiento del personal en preproducción, producción, post producción y difusión es el recurso más valioso de la organización	5	3	4	4	5	3	4	4	4	4	5	3	4	4	3	5	4	3	5	4	5	4	4	5	3	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	
En la organización se invierte tiempo y recursos para la conservación del conocimiento de sus procesos	5	3	4	4	5	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	2	4	4	3	4	3	1	3	5	2	4	4	4	3	3	2	4	4	4	4	4	5	3	
Existen manuales, guías y documentos de los procedimientos y conocimientos de la organización	4	2	3	3	2	4	2	3	3	2	3	4	3	3	4	1	1	3	4	2	3	4	2	2	1	1	3	5	2	2	5	3	2	2	2	4	2	3	3	2	1	3	1	
En la organización se seleccionan y formulan estrategias para la mejora continua de los procesos, principalmente en aquellos que permiten la generación, utilización y transferencia de conocimiento	5	4	3	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	2	2	1	4	5	2	1	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	5	2	

Pregunta	S001	S002	S003	S004	S005	S006	S007	S008	S009	S010	S011	S012	S013	S014	S015	S016	S017	S018	S019	S020	S021	S022	S023	S024	S025	S026	S027	S028	S029	S030	S031	S032	S033	S034	S035	S036	S037	S038	S039	S040	S041	S042	S043		
La organización identifica las líneas de conocimiento y ayuda a capturar, adoptar y transferir el conocimiento necesario para agregar valor a los productos audiovisuales y potenciar los resultados	5	4	4	4	4	3	4	2	4	4	4	3	5	5	4	5	4	4	3	4	3	2	5	3	2	3	3	3	5	3	4	5	4	3	4	3	4	4	3	4	3	2	5	2	
La cultura y el espíritu de la empresa es positiva. La satisfacción de trabajar y/o colaborar en la organización es importante	5	3	4	5	4	5	3	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	3	5	3	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	2	5	2
La presencia de personal certificado en el uso de equipo técnico para la producción es fundamental en la calidad de los productos	3	4	4	4	3	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	3	5	3	3	3	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	2	
Es indispensable la creación de manuales, documentos y mejores prácticas de productos y procesos	4	4	3	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	3	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	3	5	5	5	4	4	5	5	4	5	
Se utilizan Tecnologías de la Información y Comunicación para procesos de Gestión de Conocimiento	5	4	4	3	3	5	3	4	3	4	3	4	3	4	5	4	3	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	5	2	4	4	4	3	4	4	4	4	3	5	2	4	4	2	
Los manuales, guías y documentos se encuentran administrados y usados en plataformas digitales	4	4	3	3	3	4	3	3	2	3	3	3	3	4	3	3	4	4	5	2	3	4	2	3	3	1	3	5	2	3	2	3	3	2	2	4	3	4	2	2	2	2	2	2	
Es importante implementar estrategias orientadas a desarrollar el conocimiento mediante Tecnologías de la Información y Comunicación	5	4	5	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	3	5	5	5	4	3	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	2	
En la organización es prioridad generar estrategias para fomentar y estimular la innovación	5	3	4	4	3	4	3	5	4	4	5	5	4	4	4	5	3	3	3	4	4	5	3	2	3	3	4	5	3	3	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	2
La innovación es un proceso fundamental dentro de la políticas de la organización	5	4	4	4	3	4	3	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	3	3	4	3	5	4	2	3	3	3	5	4	4	4	3	3	5	2	4	3	4	4	4	4	5	4	2	
El fomento a la creatividad en el desarrollo de la iniciativa para la innovación es importante	5	4	4	5	4	5	4	4	3	4	5	5	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	5	3	5	5	5	3	4	4	5	3	
En la organización se estimula el liderazgo y el trabajo en equipo en favor de la innovación	5	2	4	4	4	5	4	4	4	3	3	4	4	3	5	4	3	4	4	4	3	5	4	4	4	3	3	5	4	4	1	4	5	4	3	3	3	4	4	3	2	3	2		

Pregunta	S001	S002	S003	S004	S005	S006	S007	S008	S009	S010	S011	S012	S013	S014	S015	S016	S017	S018	S019	S020	S021	S022	S023	S024	S025	S026	S027	S028	S029	S030	S031	S032	S033	S034	S035	S036	S037	S038	S039	S040	S041	S042	S043	
Las innovaciones tecnológicas son aquellas actividades o procesos que incorporan nuevas posibilidades o alternativas técnicas en la producción, orientadas por la existencia o identificación de oportunidades de mercado o necesidades	5	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	2	4	4	4	3	5	4	3	4	4	4	4	3	
La organización se preocupa por la mejora continua y en la mejora de los procesos para ofrecer mejores productos y servicios	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	3	4	4	3	5	3	3	3	3	4	5	4	4	3	3	4	5	3	4	4	3	4	3	3	4	4	
Los productos cumplen con los estándares de calidad mínimos requeridos por la audiencia	4	4	5	4	4	4	3	3	5	4	3	5	4	5	4	4	5	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4	5	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	
Los tiempos de entrega de los productos son adecuados en términos de eficiencia y eficacia	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	5	3	3	3	4	2	3	5	3	4	2	4	3	3	4	4	4	4	4	2	4	4	3
La productividad de la organización necesita de mejoras en los procesos	4	4	3	3	4	5	4	3	3	3	3	4	4	5	3	4	3	5	4	4	4	5	4	4	4	5	3	3	4	2	4	2	4	4	5	3	4	5	4	4	5	4	4	
La optimización de recursos y la eficiencia necesita de mejoras	4	4	3	4	4	5	3	3	4	3	4	3	4	5	4	5	3	5	4	5	4	5	4	5	3	5	3	3	4	2	4	2	4	4	4	4	4	3	5	4	4	5	4	4
Para la organización atender a las demandas y dar solución a los problemas que plantea la audiencia es fundamental para el desarrollo y crecimiento de la organización	5	4	5	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	5	3	5	4	2	5	4	3	4	4	4	4	3	4	3	5	4	2	3	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	3	3
Hacer estudios de recepción y aceptación de los productos y servicios a la audiencia en términos de calidad es parte fundamental para el desarrollo y crecimiento de la organización	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	3	3	3	5	4	4	4	4	4	4	3	5	3	3	4	3	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	
La organización necesita de mejoras para el aumento de productividad y optimización de recursos	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	5	4	4	3	5	4	5	4	5	4	5	3	5	3	3	5	4	5	3	5	4	4	3	4	5	4	5	4	4	4	

Fuente: Elaboración propia

Anexo . (D)

Dirección General de Bibliotecas UAQ



UASLP
Universidad Autónoma
de San Luis Potosí



FACULTAD DE
**CONTADURÍA Y
ADMINISTRACIÓN**

ACACIA



Academia de Ciencias
Administrativas A.C.

La **Universidad Autónoma de San Luis Potosí** a través de la
Facultad de Contaduría y Administración y la
Academia de Ciencias Administrativas A.C.
otorgan la presente

CONSTANCIA

a

Lidia Pamela Cortés Morales

Sandra Guerrero Ramírez

Norma Ramos Salinas

Por su presentación de la PONENCIA "*La televisión universitaria y la gestión de conocimiento*" del capítulo *Administración del conocimiento* en el XXIII Congreso Internacional de Investigación en Ciencias Administrativas, que se llevó a cabo del 21 al 24 de mayo de 2019 en las instalaciones del Centro Cultural Universitario Bicentenario.

San Luis Potosí, S.L.P., México, mayo de 2019

"SIEMPRE AUTÓNOMA. POR MI PATRIA EDUCARÉ"

**XXIII CONGRESO INTERNACIONAL
DE INVESTIGACIÓN EN
CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**
"LA ECONOMÍA DIGITAL Y SU IMPACTO EN LA GESTIÓN DE LAS ORGANIZACIONES"


Dr. Carlos González López
Director de la Facultad


Dra. Mónica Loreña Sánchez Limón
Presidenta de ACACIA



**CONGRESO INTERNACIONAL DE
INVESTIGACIÓN EN CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS
2019**

LA ECONOMÍA DIGITAL Y SU IMPACTO
EN LA GESTIÓN DE LAS ORGANIZACIONES

EDITORES RESPONSABLES:

Dr. Carlos González López
Dr. Miguel Ángel Vega Campos
Dr. Armando Medina Jiménez

ISSN: 2683-1449

ACACIA



Academia de Ciencias
Administrativas A. C.

Congreso Internacional de Investigación en Ciencias Administrativas

“La economía digital y su impacto en la gestión de las organizaciones”

Año 2, número 2, mayo 2018 – mayo 2019, es una publicación electrónica editada y publicada por ACADEMIA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, A.C., con domicilio en Campeche 810, Fracc. Valle de Aguayo, C.P. 87000, en Cd. Victoria, Tamaulipas.

Teléfono: (52) 834 31 62148, e-mail: acacia2018.2021@gmail.com, página web: <http://acacia.org.mx/>

Reserva de derechos de trámite, responsable de la última actualización de la publicación: Coordinación de Comunicación y Relaciones Públicas de la Facultad de Comercio y Administración Victoria de la Universidad Autónoma de Tamaulipas, Lic. Luis Alfredo Sánchez Ahumada con domicilio en Centro Universitario Campus Victoria, Cd. Victoria, Tamaulipas, C.P. 87000 Fecha de última modificación 23 de abril de 2019.

Queda rigurosamente prohibida la reproducción parcial o total de esta obra por cualquier medio, método o en cualquier forma electrónica, mecánica, sin la autorización escrita de quienes son titulares del copyright, bajo las sanciones establecidas por la ley.

Editores responsables: Dr. Carlos González López, Dr. Miguel Ángel Vega Campos y Dr. Armando Medina Jiménez.

ISSN: 2683-1449

Hecho en México / Made in Mexico



UASLP

Universidad Autónoma
de San Luis Potosí

Un agradecimiento muy especial a la
Universidad Autónoma de San Luis Potosí (UASLP)
por el apoyo en la organización de este Congreso.

Directorio Institucional de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí

M. en Arq. Manuel Fermín Villar Rubio	Rector de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí
Dr. Anuar Abraham Kasis Ariceaga	Secretario General de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí
Dr. Carlos González López	Director de la Facultad de Contaduría y Administración

Directorio del Comité Organizador del XXIII Congreso Internacional de Ciencias Administrativas

Universidad Autónoma de San Luis Potosí
Facultad de Contaduría y Administración

Dr. Carlos González López	Presidente del Comité Organizador
Dra. Guadalupe del Carmen Brjano Turrent	Jefe del Centro de Investigación y Estudios de Posgrado (CIEP) de la Facultad de Contaduría y Administración
Dr. Armando Medina Jiménez	Coordinador General del XXIII Congreso ACACIA, IX Coloquio de Posgrado y II Encuentro de Jóvenes Investigadores
M.E. Karla Vanessa López	Coordinadora de Finanzas
MAI. Silvia Gamboa Cerda Dra. Patricia Hernández García Dra. Mónica Hernández Madrigal	Tesorería
Dra. María del Consuelo Ávila Ortega	Coordinadora Académica
Dra. Azucena del Carmen Martínez Rodríguez	Coordinadora del IX Coloquio de Posgrado
ISC. Selene Bautista Hernández	Coordinadora de Sistemas

MSC. Ignacio Villegas Flores	Coordinador de Logística
Dr. José Miguel Del Río Contreras	Coordinador de Imagen y Mercadotecnia
Dr. Miguel Ángel Vega Campos	Coordinador Editorial
ISC. Jesús Eduardo Salinas Guel	Innovación Educativa
ISC. Edmundo Edgardo Godínez Perfecto	Programación y Bases de Datos
MAN. Oscar Castillo Becerra	Encargado de logística de eventos y viajes académicos

Dirección General de Bibliotecas UAQ

**Directorio del Consejo Académico de la Academia de Ciencias Administrativas,
A.C.**

Comité Ejecutivo:

Dra. Mónica Lorena Sánchez Limón	Presidente
Dra. María Luisa Saavedra García	Vicepresidente de capítulos
Dr. Sergio Manuel Madero Gómez	Vicepresidente de Comités
Dr. César Gurrola Ríos	Secretario
Dr. Gerardo Reyes López	Pro-Secretario
Dr. Alejandro Ibarra Yunez	Tesorero
Dr. José Gerardo I. Gómez Romero	Pro-Tesorero
Dra. Martha Ríos Manríquez	Comité de Vinculación
Dra. Leonor Elena López Canto	Comité de Admisión
Dr. Arturo Briseño García	Comité Editorial
Dr. Francisco Ernesto Navarrete Báez	Comité de Finanzas
Dra. Leticia Ramos Garza	Comité Coloquio Doctoral

Responsables de capítulos de la Academia de Ciencias Administrativas, A.C.:

Dr. Jorge Horacio González Ortiz	Capítulo 1. Administración de Operaciones
Dr. Eduardo Alejandro Carmona	Capítulo 2. Administración de la Educación
Dra. Karla María Nava Aguirre	Capítulo 3. Administración Estratégica
Dra. Mariana Zerón Félix	Capítulo 4. Administración del Conocimiento

Dra. Lorena Álvarez Castañón	Capítulo 5. Administración del Desarrollo Regional y Sustentabilidad
Dr. Juan Carlos Centeno Maldonado	Administración Pública
Dra. Ruth Noemí Ojeda López	Capítulo 6. Asuntos Sociales, Culturales y Filosóficos de la Administración
Dr. Christian Bucio Pacheco	Capítulo 7. Finanzas y Economía
Dr. Carlos Enrique Atoche Kong	Capítulo 9. Gestión de la Innovación y Tecnología
Dr. Jaime Garnica González	Capítulo 10. Ingeniería y Gestión de Sistemas
Dra. Belinda Izquierdo García	Capítulo 11. Liderazgo, Capital Humano y Comportamiento Organizacional
Dr. Ramón Gerardo Recio Reyes	Capítulo 12. Mercadotecnia
Dra. Consuelo García De la Torre	Capítulo 13. Métodos y Modelos de Investigación
Dra. Arcelia Toledo López	Capítulo 14. Pequeñas y Medianas Empresas
Dra. Laura Arminda Garza González	Capítulo 15. Procesos de Cambio y Desarrollo Organizacional
Dr. Francisco Martín Villarreal Solís	Capítulo 16. Teorías de la Organización
Dr. Mario Jesús Aguilar Camacho	Capítulo 17. Contabilidad, Auditoría y Fiscal
Dra. Ana Laura Medina Conde	Capítulo 18. Aspectos Legales en los Negocios
Dra. María Elena Camarena Adame	Capítulo 19. Estudios de Género
Dr. Oscar Javier Montiel Méndez	Capítulo 20. Emprendimiento, Creación e Incubación de Empresas

Presentación

Siempre resultará importante cualquier actividad o acción que se realice para incrementar o fortalecer el conocimiento, que permita alcanzar mayor efectividad en la gestión de las organizaciones –independientemente de su tipo, tamaño o giro–; ya sea que se ubiquen a nivel internacional, nacional o local. Con fundamento en esta premisa y utilizando el lema “*La economía digital y su impacto en la gestión de las organizaciones*”, como hilo conductor del desarrollo de diversos trabajos académicos y de investigación, la Academia de Ciencias Administrativas, A.C. (ACACIA) y la Facultad de Contaduría y Administración de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí (UASLP), tuvieron a bien conjuntar esfuerzos para la integración del documento que aquí se presenta.

El documento que el lector tiene en sus manos, compila diversos trabajos de investigación y de análisis teórico, ejecutados por investigadores y académicos, adscritos a diferentes instituciones públicas y privadas de educación superior y de posgrado, principalmente; con ubicación en México y otros países de Latinoamérica.

Los trabajos que se incluyen, se han clasificado a través de los siguientes capítulos o temas generales del conocimiento, lo cual permitirá su ubicación por parte de aquellas personas interesadas en el tema de que se trate: Capítulo 1. Administración de operaciones; Capítulo 2. Administración estratégica; Capítulo 3. Gestión del conocimiento; 4. Capítulo 4. Administración del desarrollo regional y sustentabilidad; Capítulo 5. Asuntos sociales, culturales y filosóficos de la administración; Capítulo 6. Finanzas y economía; Capítulo 7. Liderazgo, capital humano y comportamiento organizacional; Capítulo 8. Mercadotecnia; Capítulo 9. Métodos y modelos de investigación; Capítulo 10. Pequeñas y medianas empresas; Capítulo 11. Contabilidad, auditoría y fiscal; Capítulo 12. Aspectos legales en los negocios; y Capítulo 13. Estudios de género.

Dr. Miguel Ángel Vega Campos

Dr. Armando Medina Jiménez

Índice

Capítulo 1. Administración de operaciones.....	16
1.1. Utilización de la metodología 8D en una empresa metalmecánica: Un estudio de caso.....	17
1.2. Perspectivas del impacto de la industria 4.0 en el ecodiseño del producto.....	32
1.3. La analítica de negocios en el Modelo S&OP.....	45
Capítulo 2. Administración estratégica.....	70
2.1. La internacionalización de una empresa multilatinas de servicios: Caso Cinépolis.....	71
2.2. Determination of factors from students profile which can affect student satisfaction of Lusk National Technical University services.....	88
2.3. Gestión de la comunicación estratégica para la internacionalización del currículo.....	109
2.4. Prácticas financieras en pequeñas y medianas empresas del sector panadero de Pasto.....	134
2.5. Pensamiento estratégico: estudio comparativo en tres empresas constructoras en Tabasco.....	159
2.6. Impact the process of teaching on course evaluations and student satisfaction of Lusk National Technical University.....	188
Capítulo 3. Gestión del conocimiento.....	212
3.1. La importancia del flujo de conocimiento en las organizaciones.....	213
3.2. Gestión del conocimiento orientado a la mejora continua	

dentro de la compañía Winpak, S.A. de C.V. - Empresa del sector alimenticio.....	241
3.3. La televisión universitaria y la gestión de conocimiento.....	268
Capítulo 4. Administración del desarrollo regional y sustentabilidad.....	291
4.1. El desarrollismo y la conformación de una frontera socioambiental en Zuria- Villavicencio, Colombia.....	292
4.2. La economía ecológica como paradigma científico e interdisciplinario para el desarrollo sustentable: evolución del pensamiento económico y sobre el medio ambiente.....	318
4.3. El costo-beneficio de la explotación minera y su impacto en la sostenibilidad ambiental en el Perú: 2011-2017.....	341
4.4. Evaluar el impacto de acciones para reducir la generación de residuos sólidos en la Escuela Superior de Comercio y Administración del Instituto Politécnico Nacional a través de un estudio exploratorio.....	365
4.5. Estrategia para reducir la Huella Plástica: Reingeniería de los bebederos en la Escuela Superior de Comercio y Administración del Instituto Politécnico Nacional.....	395
4.6. La industria del cuero y del calzado en la zona metropolitana de León como agente de desarrollo regional.....	421
4.7. Productividad social en elaboración de alebrijes en San Pedro Cajonos, Villa Alta, Oaxaca.....	457
Capítulo 5. Asuntos sociales, culturales y filosóficos de la administración.....	477
5.1. Competencias digitales en estudiantes para la transformación digital del Estado de Yucatán.....	478
5.2. Eficiencia en costo de transportación marítima Asia/México:	

una experiencia socio cultural de una empresa manufacturera...	501
5.3. La inclusión laboral para personas con discapacidad en Mérida, Yucatán.....	532
5.4. Refugio humanitario de niñas, niños y adolescentes migrantes en México.....	569
5.5. El capital social como factor para el desarrollo de las micro empresas.....	599
5.6. Descripción de competencias del equipo comercial partiendo del contexto socio-cultural de una fábrica de insumos industriales.....	619
Capítulo 6. Finanzas y economía.....	650
6.1. El mercado de frijol grano en México.....	651
6.2. Efecto de la diversificación internacional sobre el riesgo de portafolio de inversiones.....	678
6.3. Pronóstico del componente tendencial del índice de precios y cotizaciones (IPC) empleando palabras clave en búsquedas de <i>google</i>	696
6.4. Las plataformas de <i>crowdfunding</i> como alternativa de financiamiento para las organizaciones de la sociedad civil de México.....	715
6.5. La inclusión financiera a través del financiamiento colectivo (<i>crowdfunding</i>), una visión desde la generación de capital social en México.....	753
6.6. La estructura de capital en grandes empresas aplicando la teoría del <i>pecking order</i>	776
6.7. Endeudamiento y rentabilidad... ¿Variables relacionadas?..	799
6.8. Creación de empleo y distribución salarial en el sector manufacturero de los países del TLCAN: un análisis comparativo.....	815

6.9. Competitividad internacional y el crecimiento económico en el sector tecnológico de México 2014 – 2018.....	841
6.10. Impacto del comercio electrónico en el pronóstico de los ingresos de la industria aeronáutica en México.....	865
Capítulo 7. Liderazgo, capital humano y comportamiento organizacional.....	883
7.1. El liderazgo y la planeación estratégica, factores influyentes en el rendimiento financiero de firmas emprendedoras.....	884
7.2. Los profesores investigadores de la Universidad Autónoma de Zacatecas: ¿Está preparada la planta docente para la economía digital?.....	924
7.3. La función de liderazgo en la auditoría administrativa. Un estudio de caso.....	966
7.4. El aprendizaje participativo, la competencia y compromiso organizacional en el desempeño gubernamental.....	1015
7.5. Estudio relacional entre el síndrome de quemado por el trabajo (Burnout) y el clima laboral en el personal académico de una universidad pública de la zona norte del Estado de Veracruz, México año 2018.....	1031
7.6. El burnout en instituciones educativas.....	1085
7.7. La grafoselección como herramienta para la elección del personal de las micro y pequeñas empresas de Tulancingo de Bravo, Hidalgo.....	1106
7.8. La resiliencia y su relación con el perfil sociodemográfico en enfermeros mexicanos.....	1149
Capítulo 8. Mercadotecnia.....	1171

8.1. Promociones de precios y su influencia en las decisiones de compra del consumidor de bienes duraderos en el canal de tienda departamental.....	1172
8.2. Análisis de los estilos de gestión del conflicto interpersonal en una institución de salud pública.....	1191
8.3. Preferencias de consumo de alimentos en horario escolar y obesidad y sobrepeso de niños y niñas de tercero a sexto de primaria.....	1236
8.4. Herramientas de marketing y las Mipymes del Altiplano de San Luis Potosí: El caso del comercio al por menor de Matehuala, S.L.P.....	1257
8.5. Fase 1 de la investigación de mercados para la pertinencia del programa educativo en salud reproductiva y partería.....	1301
8.6. Del marketing tradicional al marketing digital en el turismo...	1332
8.7. Implementación y gestión de estrategias promocionales, marketing digital y comercio electrónico en las organizaciones...	1351
8.8. La economía colaborativa en tiempos de crisis.....	1366
Capítulo 9. Métodos y modelos de investigación.....	1386
9.1. A literature review and analysis of the methods to conduct literature reviews in CSR.....	1387
9.2. Planeación financiera para el retiro: análisis de la calidad de un cuestionario.....	1413
Capítulo 10. Pequeñas y medianas empresas.....	1441
10.1. El factor de eficiencia en los negocios: subfactores y variables que inciden en la competitividad de las Pymes Agencias Navieras de Manzanillo, Colima, México.....	1442
10.2. La responsabilidad social, sostenibilidad y su impacto en	

el crecimiento y desarrollo de pequeñas y medianas empresas del departamento de Córdoba.....	1459
10.3. Diversificación en una pyme familiar. El reto en la toma de decisiones.....	1486
10.4. Alcance del protocolo en las empresas familiares como un factor para la sucesión y transferencia generacional.....	1507
10.5. La gestión financiera como factor competitivo en micro, pequeñas y medianas empresas (Mipymes). El caso de Tepic, Nayarit.....	1536
10.6. Planificación estratégica en el desarrollo financiero de las micro y pequeñas empresas de la Feria Perú Independiente en Lima - Perú (2018).....	1590
Capítulo 11. Contabilidad, auditoría y fiscal.....	1614
11.1. Necesidad de una cultura de certificación del Contador Público en materia de prevención de lavado de dinero.....	1615
11.2. Subcontratación laboral. Riesgos y consecuencias.....	1633
11.3. Aspectos fiscales de la Agroempresa Productores de Leche Bovina.....	1659
11.4. Los costos de transacción en el ámbito administrativo: El caso de la factura electrónica.....	1679
11.5. Restricciones que afectan al cumplimiento de las obligaciones fiscales de los comerciantes del Centro de Abastos de San Luis Potosí.....	1725
Capítulo 12. Aspectos legales en los negocios.....	1752
12.1. La mediación en las empresas para la gestión de conflictos en la nueva era digital.....	1753
12.2. Nuevos paradigmas en la regulación penal de las	

empresas.....	1807
12.3. Regulación fiscal de los negocios en México y España....	1831
12.4. Legalidad de las consultas nacionales y su impacto en los negocios.....	1864
12.5. Políticas económicas sobre el calentamiento global, aplicables a las empresas.....	1888
12.6. La trilogía del siglo XXI: globalización, desarrollo sostenible y economía internacional. Impacto en las empresas socialmente responsables.....	1906
12.7. Propuesta de certificación de los despachos prestadores de servicios jurídicos en México.....	1958
Capítulo 13. Estudios de género.....	1986
13.1. La felicidad como detonador de universitarias con intención emprendedora; Caso Puebla.....	1987
13.2. Mujeres y el liderazgo educativo: Un estudio exploratorio..	2006
13.3. Liderazgo femenino en Latinoamérica.....	2029
13.4. La convergencia entre la pornografía <i>online</i> y el sometimiento de las mujeres en la economía digital.....	2061
13.5. Desafíos de las mujeres <i>millennials</i> en el liderazgo.....	2086
13.6. La cartografía social: una metodología para el estudio del emprendimiento femenino.....	2110
13.7. La mujer en el mercado laboral y su empoderamiento.....	2125

Dirección General de Bibliotecas UAQ

3.3. La televisión universitaria y la gestión de conocimiento: Hacia medios de comunicación más productivos e innovadores

Lidia Pamela Cortés Morales

Sandra Luz Guerrero Ramírez

Norma Ramos Salinas

Resumen

El presente trabajo está basado en la prueba piloto de la investigación que centra su objetivo en el acercamiento de la gestión de conocimiento a una organización de producción audiovisual, con la finalidad de dar solución al problema de la necesidad constante de capacitación. Es necesario demostrar la existencia de las condiciones dentro del entorno estudiado para el diseño de una metodología basada en gestión de conocimiento. Esta investigación es un estudio de caso, con alcances exploratorio-descriptivos; mediante metodología cuantitativa; la recolección de datos se realizó mediante el instrumento metodológico cuestionario; para el procesamiento de datos se utilizó el software SPSS; el análisis y prueba de hipótesis se hizo por medio de estadística descriptiva e inferencial. El caso de estudio fue la televisora de la Universidad Autónoma de Querétaro, TvUAQ, con una población de 50 personas. La prueba piloto se realizó con 30 sujetos de estudio. Se confirma que la gestión del conocimiento puede desarrollarse en una organización de producción audiovisual y se analiza la importancia de los medios de comunicación en la sociedad de conocimiento, así como el conocimiento y la gestión del mismo; en donde se retoman variables como productividad, innovación y su impacto en la ventaja competitiva.

Palabras claves: *Gestión de conocimiento, productividad, producción audiovisual.*

Introducción

Los avances acelerados de las nuevas tecnologías digitales de la información han modificado radicalmente nuestra sociedad, permitiendo la generación de enormes cantidades de datos e información en distintos puntos del planeta, que parecieran interconectarse por medio del internet, aumentando los alcances y el conocimiento. Los medios de comunicación, conocidos como el cuarto poder, se encuentran posicionados en un eje medular de una sociedad del conocimiento, y países como México necesitan del impulso y la renovación de sus medios de comunicación. Para ello, el gran desafío se encuentra en crear ecosistemas favorables para la innovación. (Oppenheimer, 2014)

La gestión del conocimiento es una herramienta fundamental para las organizaciones frente a una economía cada vez más inmersa en la era digital y del conocimiento; con variables de estudio como la productividad, innovación, ventaja competitiva, tecnologías de la información, entre otras. “La gestión del conocimiento es determinante en la toma de decisiones de cualquier organización para el bienestar del presente y del futuro.” (Guerrero, Ramos y Muriel, 2014, p. 46)

La gestión del conocimiento se ha vinculado mayormente a la industria manufacturera, automotriz, aeroespacial y afines. Existen pocos estudios de investigación que permitan la relación entre la industria audiovisual y medios de comunicación con la gestión del conocimiento.

Marco teórico

Para Blesa (2006) y otros científicos sociales los medios de comunicación son la piedra angular de las sociedades democráticas, pues cumplen con la función de “interlocutores” entre el Estado y la sociedad al generar un “espacio público” (mejor conocido como la agenda pública); a su vez generan información lo cual contribuye a la creación y desarrollo de la cultura.

Es innegable que nos encontramos inmersos en una revolución tecnológica hipertexto. Nos convertimos en *homo videns*, un hombre de la imagen, con la aparición de la televisión. La comunicación se trasladó a la imagen principalmente, transformando la naturaleza del hombre. De esta forma los medios de comunicación se volvieron más democráticos por la facilidad en la accesibilidad (Sartori, 2002). Por ello se necesita de medios multimedia comprometidos con la innovación, la ciencia y la tecnología, así como la difusión de la cultura y el arte que son los motores de desarrollo de un país.

La sociedad del conocimiento

Se trata de un concepto que ha servido para el análisis de transformaciones sociales, producto del desarrollo acelerado Tecnologías Digitales de Información y Comunicación (TIC'S) en la sociedad moderna, permitiendo el nacimiento de una nueva economía y sociedad basada esencialmente en el conocimiento. Nonaka & Takeuchi (1999); Krüger (2006) pensaban que en la sociedad actual el conocimiento se convirtió en uno de los recursos más valiosos, fuente de poder de la más alta calidad y clave para el cambio. Para la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO, 2005) la noción de sociedad de la información y conocimiento se basa en los progresos tecnológicos, este concepto comprende dimensiones sociales, éticas y políticas.

A finales de los años setenta, Peter F. Drucker, filósofo en administración, desarrolla la noción de una sociedad del conocimiento. Drucker y González (1994) afirmaban que el conocimiento es el recurso primario para el individuo y para la economía. Los factores de la economía tradicional: tierra, trabajo y capital no desaparecieron, pero se volvieron secundarios, debido a que son obtenidos con facilidad derivados de un conocimiento especializado. Así mismo, en la sociedad del conocimiento el poder del dinero y la fuerza muscular quedan eclipsados ante el poder del conocimiento, y en todo el

mundo se desarrolla una batalla por controlar el conocimiento y los medios de comunicación. (Nonaka y Takeuchi, 1999)

Conocimiento

El conocimiento es uno de los objetos de estudio más antiguos, disciplinas como la filosofía, pedagogía, andrología, epistemología hasta las neurociencias se han dedicado al estudio y comprensión del proceso de aprendizaje o del conocimiento en sí mismo. Sin embargo, en los últimos años ha sido retomado el concepto de conocimiento por teóricos en economía, administración y estrategias organizacionales. El enfoque de la gestión de conocimiento se centra en la administración, dirección, uso, almacenamiento y creación de conocimiento y no en el conocimiento *per se* (Nonaka y Takeuchi, 1999). En este sentido, Drucker y González (1994) mencionan que el conocimiento sólo puede ser productivo integrado a una actividad.

Nonaka y Takeuchi (1999) proponen que existen dos tipos de conocimiento: explícito y tácito. El primero se expresa mediante lenguaje formal, incluidos enunciados gramaticales, expresiones matemáticas, especificaciones, manuales, instructivos, guías, etcétera; este puede ser transmitido con facilidad de un individuo a otro. Con lo respecta al segundo tipo, afirman que es el más importante, conocimiento tácito, aquel que no puede ser enunciado mediante lenguaje formal, ya que se trata de lo aprendido mediante experiencia personal e involucra factores intangibles como creencias, ideales y valores propios. El conocimiento se crea por interacción en espiral entre el conocimiento explícito y tácito y la conversión entre ellos. Para los mismos autores, existen cuatro tipos fundamentales de conversión de conocimiento (Figura 1): 1. de tácito en explícito; 2. de explícito en explícito; 3. de explícito a tácito; y 4. de tácito a tácito.



Figura 1. Espiral de la conversión de conocimiento
 Fuente: Elaboración propia con referencia en (Nonaka &Takeuchi,1999)

El conocimiento tácito y explícito, no son contradictorios sino complementarios y forman parte de un proceso de creación de conocimiento; este proceso tiene cuatro formas: la socialización, la exteriorización, la interiorización y la combinación. (Nonaka &Takeuchi, 1999)

La gestión de conocimiento

La gestión del conocimiento es la administración del capital intelectual (del conocimiento) de una empresa. La gestión del capital intelectual en una organización se realiza con la finalidad de añadir valor a los productos, servicios o procesos que se ofrecen al mercado, a la audiencia, clientes, televidentes, público, alumnos, etcétera, lo anterior se convierten en un diferenciador competitivo (Guerrero,2006), (Ramos, 2014).

La gestión de conocimiento en una organización, institución o empresa debe estar vinculada directamente a la toma de decisiones, creando estrategias para transmitir, almacenar, identificar, planificar, diagnosticar o evaluar el conocimiento. Cuando la gestión de conocimiento se implementa formalmente, los sistemas se vuelven cada vez más interconectados. La interconexión entre las partes de una organización hace la diferencia en la permanencia y penetración dentro del mercado y/o audiencia, dependiendo de la competencia y la innovación que promueva la organización. Las estrategias deben buscar el aumento, la preservación, la mejora o conservación de las ventajas competitivas, mediante la innovación continua. (Guerrero, 2016)

La gestión de conocimiento inicia con la creación y con la adquisición de conocimiento, tanto al interior y exterior de la organización. (Nonaka & Takeuchi, 1994). Posteriormente, como lo indica López y Méndez (2012), el conocimiento se debe introducir en la memoria de la organización, mediante diversas estrategias y decisiones gerenciales y directivas, con el fin de lograr mayor uso a largo plazo. La gestión de conocimiento tiene la finalidad hacer más eficientes las tareas, hacia el logro de los objetivos de las organizaciones innovadoras para agregar valor a sus productos. (Picco, Marchese y Ingrassia, 2007)

Innovación y la gestión de conocimiento

Para Nonaka y Takeuchi (1994), la gestión de conocimiento, específicamente la creación de conocimiento organizacional, es la clave de la innovación; es decir que, la creación de conocimiento bajo la visión de una mejora continua impulsa y fomentan procesos de innovación.

En un mundo globalizado que nos exige de la inmediatez para la solución de problemas y la mejora continua para el posicionamiento en un mercado cada vez más competitivo, la respuesta para la sobrevivencia se encuentra

en la innovación constante de las instituciones, organizaciones e individuos. Andrés Oppenheimer (2014), en su libro "Crear o Morir", menciona que los países con mayor crecimiento son aquellos que producen más innovaciones tecnológicas, argumentando que la prosperidad se encuentra cada vez menos ligada a sus recursos naturales y más a sus sistemas educativos, científicos e innovadores. Albuquerque (2008) afirma que:

Las innovaciones tecnológicas son aquellas actividades o procesos que incorporan nuevas posibilidades o alternativas técnicas en la producción, orientadas por la existencia o identificación de oportunidades de mercado o necesidades de la población. (p. 688). Este proceso de incorporación de innovaciones no es lineal sino complejo, y requiere asegurar la vinculación territorial entre poseedores de conocimiento y usuarios del mismo. (p. 687).

Es decir, que la innovación es la fuerza motriz que impulsa a las empresas, organizaciones, instituciones y territorios, a la renovación de estructuras productivas y de gestión. La actual fase de desarrollo económico, basada en la incorporación de conocimientos, muestra la importancia de la introducción de innovaciones en los procesos productivos, un hecho que no es únicamente tecnológico y económico, sino que incorpora, un proceso social, político y cultural.

Por su parte, Drucker y González (1994) insistían que la organización moderna debería orientarse a la innovación, creando un modelo sistemático para el abandono de todo lo establecido, tanto si era un producto, un servicio, un proceso, un conjunto de destrezas, relaciones humanas y sociales o la organización misma. La organización debería encaminarse a un cambio constante.

En algunas empresas mexicanas todavía se considera un lujo o pérdida de tiempo y dinero, carente de todo compromiso y seriedad a la gestión de

conocimiento (Siliceo, 1998). En múltiples espacios se manifiesta la preocupación sobre la desventaja e injusticia competitiva, el escaso desarrollo de nuestras tecnologías para la resolución de problemas y necesidades del mercado.

Los medios de comunicación y la gestión de conocimiento

Es importante entender a un medio de comunicación también como una organización y/o empresa, debido que tiene procesos y funciones constituidos en un organigrama para su funcionamiento y generación de contenido mediático en forma de textos, videos, estrategias, fotografías, programas, entre otros. Desde esta perspectiva, un medio de comunicación también necesita de estrategias y mejoras para ofrecer a la audiencia de programas de la más alta calidad, de acuerdo a los parámetros mundiales. Hoy el internet ha permitido que un medio de comunicación tenga alcances globales, que sus contenidos puedan ser vistos en cualquier lugar que cuente con conectividad a la red. En este sentido, la Universidad Autónoma de Querétaro pese a las dificultades económicas del país, decidió invertir en la gestación y desarrollo de una televisora universitaria.

Televisora Universitaria de la Autónoma de Querétaro, TvUAQ, generó interés y expectativa dentro del espectro mediático en Querétaro. Actualmente TvUAQ, se consolidó e integró como parte del Sistema de Radio, Televisión y Cinematografía de la Universidad Autónoma de Querétaro. Por otra parte, el recorte presupuestal a educación también ha afectado a dicha institución. TvUAQ únicamente cuenta con el presupuesto destinado a la Dirección de Comunicación y Medios, que ha permitido apenas cubrir con gastos para construcción de las instalaciones y equipamiento. La televisora no cuenta con un presupuesto fijo para la producción de cada uno de los programas realizados para cubrir la parrilla de programación diaria.

La colaboración de estudiantes ha sido fundamental para el crecimiento del proyecto televisivo. Aproximadamente menos del 10% del personal está contratado por la institución para el fin de producción. En este sentido, TvUAQ se enfrenta a grandes retos, entre ellos la formación de talento humano para la producción de los contenidos televisivos para cubrir la programación completa. Cabe señalar que la participación de estudiantes, practicantes y prestadores de servicio ofrece como desafío la temporalidad de su estancia para la colaboración dentro del proyecto, debido a la conclusión de prácticas o servicio social.

TvUAQ, al ser una organización de reciente creación, no cuenta con instrumentos, ni estrategia para la gestión de conocimiento tácito ni explícito para producción y capacitación. Es en este rubro donde la investigación busca generar un impacto positivo, aumentando la productividad y la calidad, además de contribuir con la formación de los universitarios participantes en el proyecto.

Metodología

La presente investigación es cuantitativa, con alcances exploratorios-descriptivos. Este estudio tiene por objetivo examinar el tema de gestión de conocimiento en la producción de contenido audiovisual para medios digitales multiplataforma que hasta el momento ha sido poco estudiado en conjunto, de acuerdo al estado del arte realizado. La investigación es un caso de estudio realizado en la televisora de la Universidad Autónoma de Querétaro, con una población de 50 personas.

Objetivo general de la investigación: Diseñar una propuesta metodológica en gestión de conocimientos para producción de contenidos para medios audiovisuales.

H1: Existen las condiciones para el diseño de una metodología basada en gestión de conocimiento para la televisora de la Universidad Autónoma de Querétaro.

La presente metodología considera la interacción de las siguientes categorías: Gestión de Conocimiento y la Gestión Tecnológica del Conocimiento en relación con el aumento de productividad, con el apoyo e interacción de la Gestión de las Tecnologías de la Información y la Gestión de la Innovación.

Posterior a la elección de una propuesta teórica fue necesario validar la pertinencia de la elección del enfoque. Para ello, se utilizó un instrumento de investigación basado en la aplicación de un cuestionario; que permite diagnosticar los aspectos y las condiciones para el diseño de una metodología basada en la gestión de conocimiento para la producción audiovisual en instituciones educativas siendo. Lo anterior nos permitió la validación al mismo tiempo la hipótesis. El presente trabajo está basado en la prueba piloto del instrumento (cuestionario) para la validación de fiabilidad. Dicha prueba fue aplicada a 30 personas, de 50 personas de la población objetivo.

El instrumento está integrado por 45 preguntas en total y está diseñado en 5 bloques, como lo muestra la siguiente tabla:

Tabla 1. Categorías del instrumento de Medición

Categoría	Nombre del Bloque	Variable	Ítems
I	Datos generales		14
II	Gestión de conocimiento para contenidos audiovisuales en medios digitales multiplataforma	G.C.C.A.M.	12
III	Gestión Tecnológica de Conocimiento para Producción Audiovisual en Medios Digitales Multiplataforma	G.T.C.C.A.M.	4
IV	Gestión de la innovación para contenidos audiovisuales en medios digitales multiplataforma	G. I.C.C.A.M.	7
V	Productividad para contenidos audiovisuales en medios digitales multiplataforma	G.P.C.A.M.	8

Fuente: Elaboración propia.

Para la medición de las variables fue elegida la escala de Likert. La escala de Likert consiste en un conjunto de ítems presentados en forma de afirmaciones o juicios, ante los cuales se pide la reacción de los participantes. A cada punto se le asigna un valor numérico. Así, el participante obtiene una puntuación respecto de la afirmación y al final su puntuación total, sumando las puntuaciones obtenidas en relación con todas las afirmaciones. Las afirmaciones califican al objeto de actitud que se está midiendo (Hernández, Fernández y Baptista, 2010).

A continuación, se enlistan los criterios de evaluación del instrumento, bajo la escala de Likert:

1. Desacuerdo totalmente
2. En desacuerdo
3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo
4. De acuerdo
5. Totalmente de acuerdo

La prueba de validación al instrumento se realizó mediante una prueba piloto con la aplicación de 30 cuestionarios en la población objetivo. Posteriormente, se utilizó la prueba del alfa de Cronbach que sirve “para evaluar la confiabilidad o la homogeneidad de las preguntas o ítems, y es común emplear el coeficiente cuando se trata de alternativas de respuestas policotómicas, como las escalas tipo Likert” (Corral de Franco, 2009, p.14).

Fórmula Estadística del Alfa de Cronbach

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_T^2} \right]$$

K: Número de Items
Si²: Sumatoria de la varianzas de los Items
ST²: Varianza de la suma de los Items
α: Coeficiente de Cronbach

Figura 2. Fórmula Estadística de Alfa de Cronbach
Fuente: Elaboración propia con referencia en Hernández et al, 2010.

En este sentido, Bhatnagar, R., Kim, J., y Many, J. (2014) en su estudio “Candidate Surveys on Program Evaluation: Examining Instrument Reliability, Validity and Program Effectiveness”, presentan la siguiente escala para la validación con Alfa de Cronbach: Excelente ($\alpha > 0.9$), Bueno ($0.7 < \alpha < 0.9$), Aceptable ($0.6 < \alpha < 0.7$), Deficiente ($0.5 < \alpha < 0.6$), No aceptable ($\alpha < 0.5$).

Resultados y análisis

Validación del instrumento

Se excluyeron 14 elementos del cuestionario, lo anterior debido a que son datos generales (edad, funciones, puesto, años de experiencia). Alfa de Cronbach es de .851 (Tabla 2). Según los parámetros propuestos por Bhatnagar et al (2003) lo anterior significa que el instrumento se encuentra dentro del rango bueno y confiable, de esta forma queda validado el instrumento para la investigación.

Tabla 2. Resultados de fiabilidad de la prueba piloto, Alfa de Cronbach..

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	No. de elementos
.851	31

Fuente: Elaboración propia

Datos descriptivos

Durante el levantamiento del cuestionario se entrevistaron 30 personas de 50 personas de la población total objetivo; la cual está conformada por practicantes, servicio social, becarios, contratados por honorarios, coordinadores, secretarías y personal de base. A continuación, presentamos los hallazgos encontrados.



Figura 3. Gráfico descriptivo análisis de resultado de la prueba piloto.

Fuente: Elaboración propia

Los sujetos encuestados de la pregunta ¿es familiar el concepto de la gestión del conocimiento?, el 55% está de acuerdo, el 30% ni en acuerdo ni en desacuerdo, el 15% está totalmente de acuerdo. Esta pregunta fue diseñada para la evaluación de que tan familiarizados están con los conceptos de gestión de conocimiento. Los resultados obtenidos parecen alentadores, ya que se parte de una base conceptual, en donde 65% de los participantes conocen sobre gestión de conocimientos. Podemos inferir con lo anterior que, al intentar diseñar y/o implementar un mecanismo de acción tendrá mejores resultados al partir de esa base.

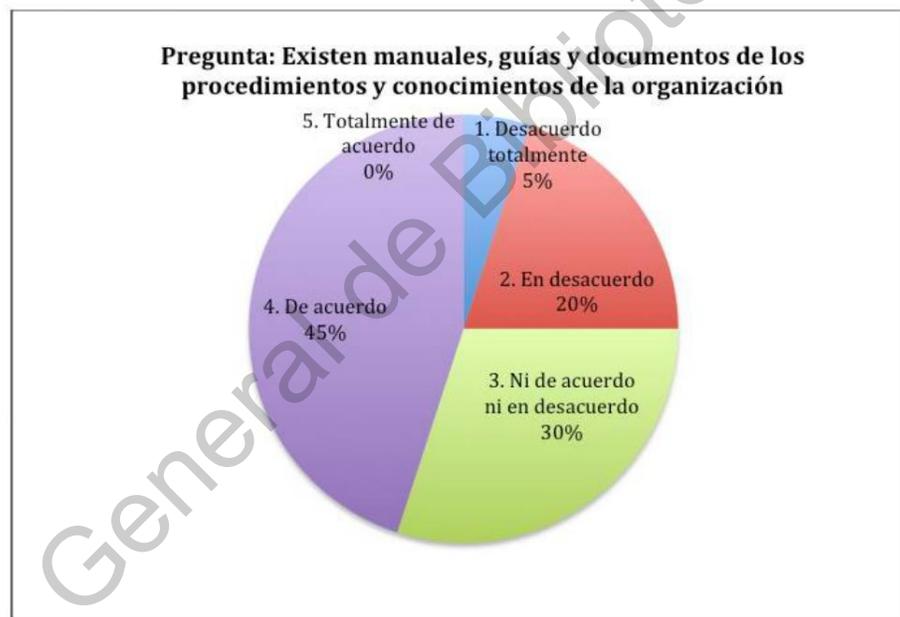


Figura 4.. Gráfico descriptivo análisis de resultado de la prueba piloto.
Fuente: Elaboración propia

Sobre si existen manuales, guías y documentos de los procedimientos y conocimientos de la organización, el 45% respondió que está de acuerdo; 30%

que no está de acuerdo ni en desacuerdo; sin embargo, el 20% en desacuerdo; y el 5% en desacuerdo totalmente.

Esta pregunta recobra relevancia dentro del enfoque de la gestión de conocimiento; recordemos que el conocimiento explícito es uno de los más importantes para la transmisión de conocimientos en una organización. La existencia dicotómica abre una brecha de cuestionamientos sobre los procedimientos o el conocimiento explícito en la organización. Se infiere que existe una falta de comunicación o difusión de dichos manuales, guías y documentos o la inexistencia de los mismos.

Figura 5. Gráfico descriptivo análisis de resultado de la prueba piloto.



Fuente: Elaboración propia

Sobre la pregunta si la productividad de la organización necesita de mejoras en los procesos, el 35% está totalmente de acuerdo; el 60% está de acuerdo; mientras el 5% no está de acuerdo ni en desacuerdo. Se puede inferir que más 85% de los encuestados tiene conciencia de la existencia de problemas de

productividad. Inferimos que lo anterior se debe al arranque en frío de la televisora, consecuentemente la no existencia o poca difusión de manuales, guías o documentos sobre procedimientos de producción; es decir, del conocimiento explícito de la organización.

Estadísticas inferenciales

SPSS se utilizó como software para la validación de la hipótesis, se utilizaron pruebas no paramétricas (Chi-cuadrada y regresión lineal).

Tabla 3. Resultados de prueba inferencial, Chi-Cuadrada.

	G.C.C.A.M	G.P.C.A.M
Chi-cuadrado	9.000^a	5.933^b
gl	14	10
Sig. asintótica	.831	.821

a. 15 casillas (100.0%) han esperado frecuencias menores que 5. La frecuencia mínima de casilla esperada es 2.0.

b. 11 casillas (100.0%) han esperado frecuencias menores que 5. La frecuencia mínima de casilla esperada es 2.7.

Fuente: Elaboración propia.

Con respecto a la prueba de Chi-cuadrado aplicado a los indicadores utilizados, se obtuvieron niveles de significancia asintótica de .831 para la GCCAM y .821 para la GPCAM, ambos indicadores establecen que se acepta que existen condiciones para el diseño de una metodología basada en la Gestión de conocimientos para contenidos audiovisuales dado que el nivel de significación del 83% (.831 con 14 gl) y para GPCAM del 98% (.982 con 5 gl), es un nivel muy superior al 1% aceptado, estos resultados dan pauta para revisar a detalle, cuáles serán los elementos a considerar para el desarrollo de la metodología y cómo la perciben los empleados, para tomar las acciones pertinentes en el desarrollo de la misma.

Tabla 4. Resultados de análisis univariado de varianza

Variable dependiente: G.P.C.A.M

Origen	Tipo III de suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Modelo corregido	.000 ^a	0	.	.	.
Intersección	31882.800	1	31882.800	3539.821	.000
Error	261.200	29	9.007		
Total	32144.000	30			
Total corregido	261.200	29			

a. R al cuadrado = .000 (R al cuadrado ajustada = .000)

Fuente: Elaboración propia.

Con respecto a la prueba de efectos de inter-sujetos con la variable dependiente GPCAM y la variable independiente GCCAM, con nivel de significancia de .000, el valor de R es igual a .000.

Gráfico P-P normal de regresión Residuo estandarizado

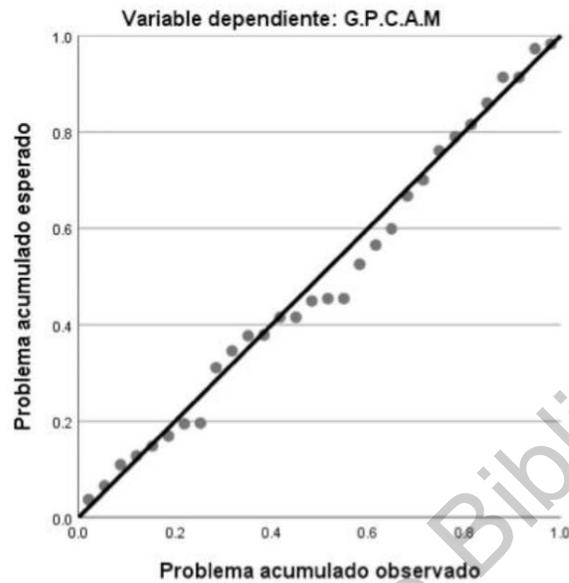


Figura 6. Gráfico de resultados inferenciales, regresión lineal.
Fuente: Elaboración propia mediante el software SPSS.

En la Figura 6 se observa que las variables estudiadas muestran que el nivel de significancia es de .000. El análisis se realizó con una variable dependiente (GPCAM) y una variable independiente (GCCAM). Se puede observar que existe una tendencia en relación lineal entre las dos variables, con varianza una constante y una pendiente ascendente. Lo cual nos indica que las predicciones realizadas a partir del modelo obtenido serán muy fiables.

Tabla 5. Tabla de validación de hipótesis

Hipótesis	Prueba realizadas	Validación
H1: Existen las condiciones para el diseño de una metodología basada en gestión de conocimiento para la televisora de la Universidad Autónoma de Querétaro.	Regresión R= 0.000 Chi-cuadrada .831 con 14gl	Aceptada

Fuente: Elaboración propia.

Los resultados de los análisis estadísticos en la prueba piloto son validados y se acepta la hipótesis H1, existen las condiciones para el diseño de una metodología basada en gestión de conocimiento para la televisora de la Universidad Autónoma de Querétaro, mediante las pruebas de regresión lineal y chi cuadrada. Lo cual nos permite confirmar que la gestión de conocimiento posee las condiciones para implementarse en una organización de producción audiovisual.

Conclusiones

Queda validado el instrumento, mediante el Alfa de Cronbach, con resultados satisfactorios en la prueba piloto realizada para conocer aspectos y condiciones para el diseño metodológico basado en gestión de conocimiento para contenidos audiovisuales. El cuestionario diseñado cuenta con la confiabilidad y fiabilidad estadística para ser utilizado como instrumento de recolección de datos para la medición de variables en la investigación.

Se confirma y acepta H1, que “Existen las condiciones para el diseño de una metodología basada en gestión de conocimiento para la televisora de la Universidad Autónoma de Querétaro”. Se confirman que la variable principal de la investigación, gestión del conocimiento, puede desarrollarse en una organización de producción audiovisual como lo es la televisora universitaria, permitiendo la mejora en productividad, calidad e innovación, aumentando la ventaja competitiva

La organización TvUAQ, caso de estudio, no cuenta con la gestión de conocimiento, lo cual tiene repercusiones en la productividad; de acuerdo a los resultados obtenidos en la correlación de la variable de la gestión de conocimiento y la productividad. Sin embargo, existen las condiciones para el diseño de una metodología basada en gestión de conocimiento para la televisora universitaria.

El estudio centró su interés en el acercamiento de la gestión de conocimiento a una organización de producción audiovisual (TvUAQ). Uno de los primeros retos que se presentó durante el proyecto de investigación fue la elección y demostración de la pertinencia del enfoque conceptual (gestión de conocimiento) para la resolución del problema: la necesidad constante de capacitación para la producción de contenidos del canal universitario, lo cual queda validada las variables de estudio mediante la prueba piloto.

Finalmente, es importante mencionar que el proyecto de investigación abre un campo estudio de la gestión de conocimiento en la producción audiovisual. Durante la realización de la investigación no se encontró ningún estudio similar; sin embargo, los acercamientos del enfoque conceptual a los medios de comunicación han sido favorables. Lo cual permite la apertura de un área de estudio para investigaciones relacionadas en el mismo tema.

Referencias

- Albuquerque, F. (2008). Innovación, transferencia de conocimientos y desarrollo económico territorial: una política pendiente. *Arbor*, 184(732), 687-700. doi:10.3989/arbor.2008.i732.215
- Bhatnagar, R., Kim, J., y Many, J. (2014). Candidate surveys on program evaluation: Examining Instrument reliability, validity and program effectiveness. *American Journal of Educational Research*, 2(8), 683-690.
- Blesa, P. (2006). Medios de comunicación y democracia: ¿El poder de los medios o los medios al poder? *Sphera Pública*, (6), 87-106.

Corral de Franco, Y. J. (2009). Validez y confiabilidad de los instrumentos de investigación para la recolección de datos. *Revista Ciencias de la Educación*, 19 (33), 1-20.

Drucker, P., y González, P. (1994). La nueva sociedad de organizaciones. *Gestión y Estrategia*, 27(5), 129-138.

Guerrero, S., Ramos, N., y Muriel, V. (2014). El impacto de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) sobre la gestión del conocimiento en la organización. En N. Ramos (Ed.), *Gestión, tecnología e innovación* (pp. 45-54). Querétaro, México: Pearson.

Guerrero, S. (2016). *Uso de la gestión de la información (TI) y la gestión del conocimiento (GC) en la creatividad de los expertos en una industria automotriz* (tesis doctoral). Universidad Autónoma de Querétaro, Querétaro.

HELVETAS. (2014). *Desarrollo de capacidades. Comunicación y Gestión del conocimiento*. 1-24. Recuperado de <https://docplayer.es/59931529-Desarrollo-de-capacidades-comunicacion-y-gestion-del-conocimiento.html>

Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, M. (2010). *"Metodología de la investigación"*. Quinta edición. Editorial Mc Graw Hill.

Krüger, K. (2006). El concepto de sociedad del conocimiento. *Revista bibliográfica de geografía y ciencias sociales*, 11(683), 742-98.

Lage, A. (2000). Las biotecnologías y la nueva economía: crear y valorizar los bienes intangibles. *Biotecnología Aplicada*, 17(1), 55-61.

Moreno, F. y Moreno, D. (1986). *Introducción al desarrollo tecnológico*. SENA.

Nonaka, I. y Takeuchi, H. (1999). *La organización creadora de conocimiento*. México: Oxford University Press.

Oppenheimer, A. (2014). *¡Crear o morir! La esperanza de Latinoamérica y las cinco*. México: Penguin Random House.

Osornio, R., Morales, L., Benítez, J., y Trejo, M. (Ed.). (2015). *Gestión Competitiva un Enfoque Interdisciplinario*. México: Universidad Autónoma de Querétaro.

Pallarès, M. (2014). Los Medios de Comunicación y Tecnológicos como Ejes de Canalización y Gestión de Conocimiento. *EDUCAR*, 50 (1), 207-229.

- Peluffo, M., y Catalán, E. (2002). Introducción a la gestión del conocimiento y su aplicación al sector público. Santiago de Chile: Naciones Unidas.
- Picco, A., Marchese, A., y Ingrassia, R. (27 y 28 de noviembre de 2007). Herramientas Tecnológicas para la Gestión de Conocimiento Organizacional. *Undécimas Jornadas "Investigaciones en la Facultad" de Ciencias Económicas y Estadística*. Universidad Nacional del Rosario, Argentina.
- Ramos, N. (2014). *Gestión Tecnología e Innovación*. México: Pearson Educación.
- Ruiz, V. (2015). Cine colaborativo. Discursos, prácticas y multiplataforma digitales. Hacia una diversificación de formatos transmedia participativos en el Espacio Digital Europeo. *Journal of Communication*, 11(11), 88-117.
- Salaverría, R. (2003). Convergencia de los medios. *Revista Latinoamericana de Comunicación*, (81). 32-39. doi: 10.16921/chasqui.v0i81.1471
- Sartori, G. (2012). *Homo videns: la sociedad teledirigida*. Argentina: Taurus.
- UNESCO. (2005). *Informe Mundial de la UNESCO: Hacia las Sociedades de Conocimiento*. Recuperado de http://www.lacult.unesco.org/docc/2005_hacia_las_soc_conocimiento.pdf
- Valencia, M. (2005). El capital humano, otro activo de su empresa. *Entramado*, 1(2), 20-30.

Dirección General de Bibliotecas UAQ

Dirección General de Bibliotecas UAQ



ACACIA



Academia de Ciencias
Administrativas A. C.

Anexo. (F)

Dirección General de Bibliotecas UAQ



TEXAS A&M
INTERNATIONAL
UNIVERSITY
A Member of The Texas A&M University
System

**Global Media
Journal Mexico**



**Tecnológico
de Monterrey**

El Comité Editorial de *Global Media Journal México* hace constar que el artículo de:

LIDIA PAMELA CORTÉS MORALES

SANDRA LUZ GUERRERO RAMÍREZ

VANESA DEL CARMEN MURIEL AMEZCUA

cuyo título es:

**“Gestión del conocimiento en los medios de comunicación, en una
institución educativa en México”**

fue **aceptado** en el Vol. 16 No. 31 correspondiente al semestre julio – diciembre 2019

Global Media Journal México es una publicación conjunta del Departamento de Psicología y Comunicación de Texas A&M International University, Laredo, Texas, Estados Unidos y de la Escuela de Humanidades y Educación del Tecnológico de Monterrey, Campus Monterrey, México, basada de manera rigurosa en el sistema internacional de revisión a ciegas por pares.

La revista tiene como misión promover intercambios y diálogos permanentes entre los investigadores y alumnos de posgrado del campo de la comunicación ubicados en las diferentes regiones de Iberoamérica.

Se extiende la presente para los fines que convengan a la persona interesada en Laredo, Texas a 16 de diciembre de 2019.

Atentamente

Dr. Jose Carlos Lozano
Editor

College of Arts and Sciences

5201 University Boulevard, Laredo, Texas 78041-1900, (956) 326-2465, Fax (956) 326-2464 · www.tamui.edu

Department of Psychology & Communication

La importancia de la gestión del conocimiento en los medios de comunicación, en una institución educativa en México

Resumen

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo plantear cuál es la importancia de la gestión de conocimiento para el área de producción de un medio de comunicación multiplataforma de una institución educativa. Fue una investigación del tipo cuantitativa con alcances exploratorios-descriptivos, mediante un estudio de caso en la televisora de la Universidad de Querétaro, TvUAQ, en la ciudad de Querétaro. Se realizó una revisión teórica sobre la gestión del conocimiento y modelos del conocimiento, con la finalidad de diseñar un instrumento que nos permitiera conocer los aspectos y las condiciones para diseñar la metodología basada en gestión de conocimiento. Finalmente, se analizó la gestión del conocimiento y su aplicabilidad en un medio de comunicación multiplataforma.

Palabra claves: Medios de comunicación; Gestión del Conocimiento; Televisión.

About the knowledge management in the media, in a public University, Mexico.

Abstract

The objective of this research work is to state the importance of knowledge management for the production area of a multiplatform media of an educational institution. It is an investigation of the quantitative type with exploratory-descriptive scopes, through a case study on the television station of the University of Querétaro, TvUAQ, in the city of Querétaro. The theoretical review on knowledge management and knowledge models was carried out, in order to design an instrument that would allow us to know the aspects and conditions to design the methodology based on knowledge management. Finally, knowledge management and its applicability in a cross-platform communication medium are analyzed.

Keywords: Knowledge management; Media; Televisión.

Introducción

El éxito de una empresa, organización o institución mantiene una relación directa con la solución de problemas y la toma de decisiones de los directivos. La gestión óptima de los recursos materiales, técnicos, humanos, tecnológicos, financieros e intelectuales es fundamental para fortalecer, incentivar, desarrollar y, finalmente, generar innovación en una organización, frente a una economía globalizada que exige del desarrollo e implementación de estrategias que permitan alcanzar los objetivos y las metas específicas de la misma. De esta forma, generar impacto económico, social y cultural en las naciones. Valencia (2005) afirma que en un ambiente como el actual, de gran competencia y desarrollo, se necesitan de cambios rápidos y permanentes, la supervivencia de las organizaciones consiste en su capacidad para generar valor agregado, lo cual depende de la capacidad de innovar, de la velocidad de respuesta, de la adaptabilidad al cambio y de la habilidad para detectar las necesidades e importancia de los participantes, trabajadores o colaboradores de nuestra organización. Más aún, cuando se trasciende a la dirección estratégica del conocimiento, que es el recurso más valioso que posee la organización, en su forma tangible o intangible plasmada en los productos o servicios que se ofrece. Este conocimiento a su vez se distingue y se traduce en la identidad de la organización.

El propósito del presente trabajo es plantear cuál es la importancia de la gestión del conocimiento en los medios de comunicación en el área de producción de un medio de comunicación multiplataforma de una institución educativa. Esta investigación es del tipo cuantitativa, con alcances exploratorios-descriptivos. El análisis de datos se realizó mediante

estadística descriptiva, estadística inferencial (análisis no. paramétricos y paramétricos), por medio del software de procesamiento SPSS.

La presente investigación se llevó a cabo en la ciudad de Querétaro, mediante un estudio de caso en televisora denominada TvUAQ. La televisora se ha consolidado e integrado como parte del Sistema de Radio, Televisión y Cinematografía de la Universidad Autónoma de Querétaro, la cual comenzó como un proyecto para la producción audiovisual de contenido en el año 2012. La Universidad gestionó y obtuvo la concesión para operar un canal de televisión en señal abierta en marzo de 2017 (Universidad Autónoma de Querétaro, 2017).

Medios de Comunicación

Blesa (2006) afirma que para Habermas y otros científicos sociales, los medios de comunicación son la piedra angular en las sociedades democráticas, ya que actúan como “interlocutores” entre el Estado y la sociedad al generar un “espacio público” donde los asuntos de relevancia para la comunidad son discutidos abierta y pluralmente. Diversos estudios sobre medios de comunicación y sus efectos en el público hacen evidente la función en el desarrollo del todo social; no sólo en la construcción de los sistemas culturales, en los sistemas educativos o en los sistemas económicos. (Galindo, 2008)

Blesa (2006) enlista algunas de las razones por las que los medios de comunicación juegan un papel determinante en las sociedades democráticas:

- 1.- Los medios de comunicación generan información, cultura, educación y entretenimiento de calidad, todo lo cual contribuye a la creación y sostenimiento de una cultura.

2.- Los medios de comunicación tienen una función delegada de supervisión y control en asuntos de interés público, especialmente los relativos a la gestión gubernamental de esos intereses y la acción del Estado.

3.- En principio, esta función delegada se lleva a cabo, se sobreentiende, en el interés de los ciudadanos (la agenda pública).

4.- Los medios de comunicación substancian, y a su vez hacen posible, uno de los derechos más importantes que caracterizan a la sociedad democrática: la libertad de expresión, presente en todas las constituciones de los Estados europeos, y en la Carta de Derechos Fundamentales de la Unión.

5.- Finalmente, a los medios de comunicación se les asigna la función de suministrar una información accesible al público en general, atractiva para las audiencias y asequible económicamente.

Televisión

La televisión es un aparato eléctrico que recibe y transmite imágenes y sonidos a distancia, el cual, se ha convertido en un medio de comunicación masivo y se encuentra en constantes cambios. Se cree que la televisión influye en la construcción de una identidad, pero no la determina. (Diaspro, 2005). Otros autores como Sartori (2002) afirman que nos encontramos en la era en donde la naturaleza misma de la comunicación se traslada a la imagen fundamentalmente, convirtiéndonos en un *homo videns*.

Por otro lado, el término pequeña pantalla se encuentra inmerso en un proceso de redefinición por parte de las nuevas generaciones. Este término fue acuñado en la década de los 50's y hace referencia despectivamente al menor tamaño del monitor de televisión frente a las

mayores dimensiones de la pantalla cinematográfica. (Sequera,2013). Sin embargo, hoy el término se suma a pantallas Smart tv, lo cual complejiza y extiende el concepto de televisión. La tecnología digital ha traído consigo una reconfiguración profunda en los quehaceres de los medios de comunicación; la difusión, organización, jerarquización, presentación y elaboración de información (Salaverría, 2003).

Sociedad del conocimiento

El concepto sirve para el análisis de transformaciones sociales, producto del desarrollo acelerado de tecnologías digitales de información y comunicación (TDIC'S) en la sociedad moderna; lo que permite el nacimiento de una nueva economía y sociedad basada, esencialmente, en el conocimiento. De suerte que, el conocimiento se convierte en uno de los recursos más valiosos, fuente de poder de la más alta calidad y clave para el cambio (Nonaka & Takeuchi,1999) (Krüger,2006). Para la UNESCO (2005) la noción de sociedad de la información y conocimiento se basa en los progresos tecnológicos; este concepto de sociedades del conocimiento comprende dimensiones sociales, éticas, económicas y políticas. Históricamente el conocimiento ha sido un bien privado, con el paso del tiempo se ha convertido en un bien público (Pérez & Coutín, 2005). Los factores de tierra y trabajo no desaparecen, pero se hacen secundarios, debido al conocimiento. (Drucker y González, 1994)

Gestión del conocimiento

La norma ISO 9000-2000 define a la gestión como las actividades coordinadas para dirigir y controlar una organización. El conocimiento es factor fundamental para la creación de riquezas (Aja,2002). La alta dirección es la que se realiza por una persona o grupo de personas que dirigen, controlan, construyen a partir del desarrollo de estrategias que permitan

fortalecer los talentos y potencialidades (Tejeda, 2011) (ISO 9000; 2000). Una organización es un sistema de personas, materiales, instalaciones e información con procesos, responsabilidades, autoridades y relaciones para la solución de problemas de forma eficiente. (Aja, 2002) (ISO 9000:2000).

La gestión del conocimiento es la gestión del capital intelectual de una empresa, es decir, de los activos intangibles, que aportan valor a la organización al momento de obtener desarrollar capacidades y competencias esenciales distintivas, tales como: la capacidad de una empresa para aprender y adaptarse a las nuevas tendencias de la economía de los mercados y de la administración, porque gestiona la capacidad de actuar en base a los recursos de conocimiento de la organización (Aja, 2002) (Monagas-Docasal, 2012) (Villasan, 2019). En ese sentido, el valor de una empresa o institución radica en el conocimiento que tienen las personas que laboran en la organización. Para Valencia (2005), la organización depende de su capacidad para generar valor agregado a sus clientes y proveedores, lo cual será la base de su competitividad. Está comprobado que el capital humano en forma de trabajadores con conocimientos exitosamente retenidos en una organización es esencial para la rentabilidad de una empresa. La gestión del capital intelectual en una organización se realiza con la finalidad de añadir valor a los productos, servicios o procesos que se ofrecen al mercado y se convierten en un diferenciador competitivo; mejora la toma de decisiones, facilita la realización de tareas, construye redes de conocimiento, promueve la innovación y la generación de ideas (Guerrero, 2006) (Ramos, 2014) (Villasan, 2019). Sin embargo, factores que dificultan la gestión del conocimiento como la desestimación del poder educativo en la organización o el mantenimiento de obstáculos ante las nuevas formas de resolver un problema (Picco, et al, 2007).

Productividad

Por otro lado, la productividad es uno de los indicadores para medir el desempeño de una organización en relación a una serie de factores que se interconectan para el diseño, elaboración, realización, comercialización de un producto y/o servicio. La productividad se puede considerar como un indicador global del desempeño de una organización (Cequea, Monroy & Bottini, 2011), mide la eficiencia del trabajo y el capital para producir valor económico (Galindo & Ríos, 2015). En este sentido la norma ISO 9000:2000 define a la eficiencia como “la extensión en la que se realizan las actividades planificadas y se alcanzan los resultados planificados”; y la eficiencia es “la relación entre el resultado alcanzado y los recursos utilizados”.

En este sentido el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI, 2015), diseñó la Encuesta Nacional sobre Productividad y Competitividad de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (ENAPROCE), con la finalidad de generar información nacional sobre habilidades gerenciales que permitan conocer las características de operación y desarrollo de las mismas. A continuación, presentamos algunas de las temáticas de interés para la presente investigación:

- Inicio de operaciones.
- Personal ocupado, tiempo efectivo de trabajo y remuneraciones.
- Capacitación.
- Gastos de consumo de bienes o servicios.
- Capacidad de su negocio y exceptivas de desarrollo.
- Apoyos gubernamentales y fuentes de financiamiento.
- Ambiente de negocios y regulaciones.
- Cadenas productivas.

Es importante generar instrumentos confiables que permitan la medición correcta y se conviertan en una herramienta de quienes toman decisiones, generando una base de datos para la toma de acciones asertivas. (Rodríguez & Gómez, 1991).

Metodología

Esta investigación fue del tipo cuantitativa, con alcances exploratorios descriptivos, con diseño transeccional para así explorar y describir la relación de tres variables: la Gestión del Conocimiento (GC), la Productividad (P) y los Medios de comunicación. Lo anterior, mediante un estudio de caso en el área de producción de la televisora de la Universidad Autónoma de Querétaro, con una población total de 50 personas. El instrumento de recolección de datos fue mediante la técnica del cuestionario. El procesamiento de datos mediante el software estadístico SPSS y Excel. El análisis de datos se realizó mediante estadística descriptiva e inferencial. La prueba de fiabilidad de instrumento fue mediante el coeficiente de Alfa de Cronbach. Las pruebas realizadas para la comprobación de hipótesis fueron los coeficientes de chi-cuadrada y regresión lineal. La comprobación del modelo se realizó mediante pruebas de regresión lineal.

Se planteó como hipótesis que la gestión del conocimiento influye en la productividad de los medios de comunicación, con ello se pudo determinar la importancia de la gestión de conocimiento en los medios. Para la comprobación de hipótesis se realizó la prueba paramétrica de regresión lineal, la cual es un modelo estadístico para estimar el efecto de una variable sobre otra. Estuvo asociado con el coeficiente r de Pearson, así se brindó la oportunidad de predecir las puntuaciones de una variable a partir de las puntuaciones de la otra variable. Entre mayor sea la correlación entre las variables (co-variación) hay mayor

capacidad de predicción. De la misma forma, fue utilizada la prueba no paramétrica, chi-cuadrada utilizada para correlación de variables.

Para la elaboración del cuestionario se consideraron cuatro variables, con la finalidad de obtener datos comparativos para observar y analizar las variables de interés. El instrumento quedó integrado por 40 preguntas, en cinco bloques. El cuestionario fue diseñado bajo la escala de Likert, que consiste en un conjunto de ítems presentados en forma de afirmaciones o juicios, ante los cuales se pide la reacción de los participantes. Es decir, se presenta cada afirmación y se solicita al sujeto que externé su reacción eligiendo uno de los cinco puntos o categorías de la escala. A cada punto se le asigna un valor numérico. Así, el participante obtiene una puntuación respecto de la afirmación y al final su puntuación total, sumando las puntuaciones obtenidas en relación con todas las afirmaciones. Las afirmaciones califican al objeto de actitud que se está midiendo (Hernández, et al., 2014), como se muestra en la tabla a continuación:

Tabla 1. Bloques del instrumento de medición para la presente investigación

Bloque	Nombre del Bloque	Variable	Ítems
I	Datos generales		12
II	Gestión de conocimiento: Es la gestión del capital intelectual en una organización, con la finalidad de dar valor agregado a los productos y servicios que se ofrecen, y con ello generar o mantener ventaja competitiva (Guerrero, 2016).	GC	11

III	Gestión Tecnológica de Conocimiento: La implementación de las nuevas tecnologías digitales de la información conforman y condicionan un nuevo uso de las formas en que transitan la información y la comunicación en la organización con una orientación a la gestión del conocimiento (Guerrero, 2016).	GTC	4
IV	Gestión de la Innovación: Las innovaciones tecnológicas son aquellas actividades o procesos que incorporan nuevas posibilidades o alternativas técnicas en la producción, orientadas por la existencia o identificación de oportunidades de mercado o necesidades de la población (Alburquerque, 2008).	GI	6
V	Productividad: La productividad se puede considerar como un indicador global del desempeño de una organización (Cequea, Monroy & Bottini, 2011), mide la eficiencia del trabajo y el capital para producir valor económico (Galindo & Ríos, 2015).	P	7
Total			40

A continuación, se presenta una tabla con el diseño muestral para la aplicación de las encuestas:

Tabla 2. Diseño muestral para la aplicación de instrumento

Población: 50 personas
Resultados estadísticos de la muestra: 41 personas
Nivel de confianza: 95%
Error: 5%
Número real de aplicación de instrumentos: 43 personas
Lugar, departamento e institución de aplicación: Área de Producción, Televisora de la Universidad Autónoma de Querétaro, por su denominación TvUAQ
Fecha: 31 de enero, 1 y 5 de febrero, 11 de abril de 2019
Personal a quienes se les aplicó el cuestionario: Productores (Honorarios, Base, Eventuales), Coordinadores, Becarios, Prácticas Profesionales, Servicio Social.

Figura 1. Fórmula utilizada para determinar la muestra.

Fórmula para selección de muestra

$$n = \frac{\sigma^2 N p q}{e^2 (N - 1) + \sigma^2 p q}$$

N= 45
n= 41
P= .50 (probabilidad de ocurrencia del evento)
Q= .50 (probabilidad de no ocurrencia del evento)
 Confianza de 95%
E= .05
Z= 1.96 (valor de Z en tablas 95%)

Resultados

Prueba de confiabilidad (Alfa de Cronbach)

Tabla 3. Resultados de Estadística y fiabilidad.

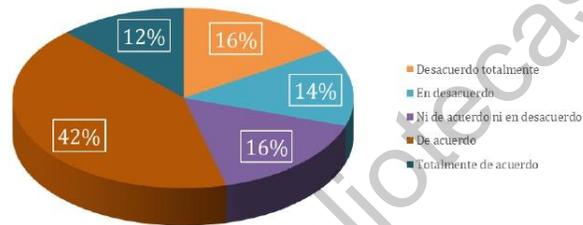
Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
.844	28

El resultado del Alfa de Cronbach es de .844, para lo cual Bhatnagar, Kim, y Man (2014) en su estudio “*Candidate Surveys on Program Evaluation: Examining Instrument Reliability, Validity and Program Effectiveness*”, presentan la siguiente escala para la validación con Alfa de Cronbach: Excelente ($\alpha > 0.9$), Bueno ($0.7 < \alpha < 0.9$), Aceptable ($0.6 < \alpha < 0.7$), Deficiente ($0.5 < \alpha < 0.6$), No aceptable ($\alpha < 0.5$). Se sometieron 28 elementos de la encuesta a la prueba de Alfa de Cronbach que fueron los elementos de las variables a medir. El procesamiento no excluyó ningún elemento. Lo anterior confirma que el instrumento utilizado tiene una alta confiabilidad como forma de recolección de datos.

Resultados descriptivos

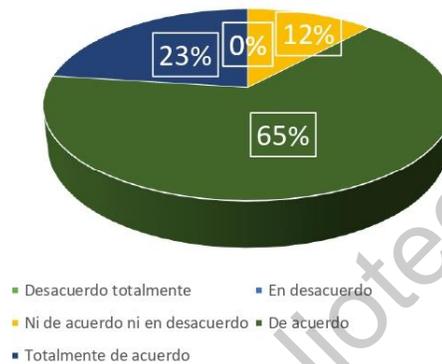
Gestión del conocimiento

Figura 2. Familiaridad con la gestión del conocimiento.



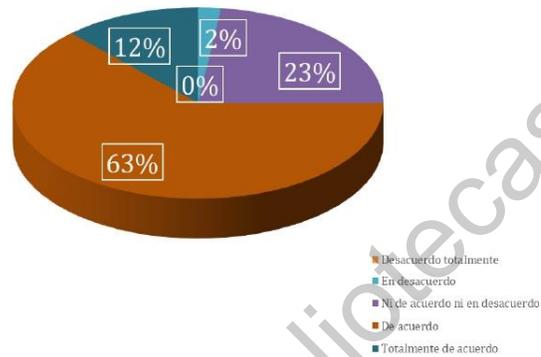
La pregunta hace referencia a si en la organización, los sujetos reconocen las acciones entorno a la gestión del conocimiento, identificando en un primer momento el concepto. Siendo la gestión del conocimiento un intangible que aporta valor a la organización y permite el funcionamiento óptimo y el crecimiento de una organización (Guerrero,2006). En este sentido, los sujetos encuestados de la pregunta: ¿Es familiar el concepto de la gestión del conocimiento?, el 42% estuvo de acuerdo, el 16% ni en acuerdo ni en desacuerdo, el 16% estuvo totalmente de acuerdo. Esta pregunta fue diseñada para evaluar la familiarización con el concepto de gestión de conocimiento. Podemos inferir con lo anterior que, al intentar diseñar y/o implementar un mecanismo de acción tendrá mejores resultados a partir de una base conceptual.

Figura 3. La gestión del conocimiento permite que aumente el capital intelectual de la organización.



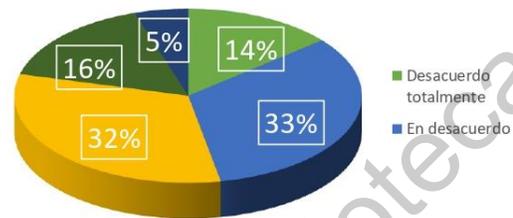
Reconociendo y vinculando el conocimiento como parte del capital intelectual, tal como lo sugiere Ajá (2002), Guerrero (2006), Monagas-Docasal (2012), Ramos (2014) y Villasán (2019), permite visibilizar y tomar acción prioritaria en la gestión del conocimiento. De este modo, se preguntó si la gestión del conocimiento permitía el aumento del capital intelectual de la organización. De los sujetos encuestados el 65% estuvo de acuerdo, mientras que el 23% dijo estar totalmente de acuerdo. Sólo el 12% no estuvo de acuerdo ni en desacuerdo. Lo anterior nos permitió inferir que casi el 88% de los casos piensa que el conocimiento es el capital de una empresa u organización. Es decir, al conocimiento se le da un valor relevante dentro de una organización. Se infiere que el 12% que no estuvo ni de acuerdo ni en desacuerdo, tuvo una noción poco clara del concepto de gestión del conocimiento.

Figura 4. La gestión del conocimiento se encuentra presente en los procesos de producción.



De acuerdo con el fundamento teórico referido en esta investigación (Cequea, Monroy & Bottini, 2011; Galindo & Ríos, 2015; ISO 9000:2000; Guerrero, 2006; Norma, 2014), el proceso de producción es la parte medular de una organización, puesto que en éste se encuentran condensados y aplicados todos los conocimientos administrativos, tecnológicos y humanos de una organización. La correcta gestión del conocimiento posibilita la mejora y el crecimiento de la productividad. Se preguntó si la gestión del conocimiento se encontraba presente en los procesos de producción de la organización; 12% contestó que estaba totalmente de acuerdo, el 63% que estaba de acuerdo, mientras que el 23% no estuvo de acuerdo ni en desacuerdo. En general, se percibe que en la organización existe gestión del conocimiento y que se encuentran en los procesos de producción. Sin embargo, a través del 23% que estuvo en acuerdo ni en desacuerdo, se puede inferir: 1. No se identifican claramente los procesos de gestión del conocimiento, 2. Los procesos de producción no son acordes a la gestión del conocimiento.

Figura 5 Existen manuales, guías y documentos de los procedimientos y conocimientos de sus procesos.



Para la pregunta sobre la existencia de manuales, guías y documentos de los procedimientos y conocimientos de sus procesos; el 5% estuvo de acuerdo, el 16% estuvo de acuerdo, el 32% no estuvo ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 33% estuvo en desacuerdo y el 14% estuvo en desacuerdo totalmente.

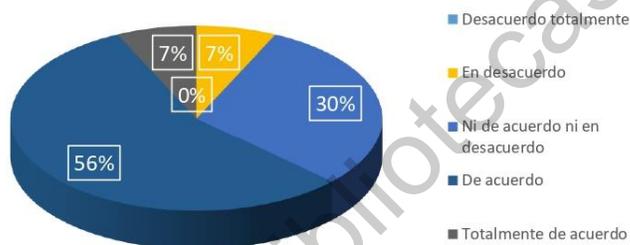
La dicotomía de la respuesta sobre la existencia o no de manuales, guías y documentos abre una brecha de cuestionamientos. Sin embargo, parcialmente se infiere dos cosas: primero que pudieran no existir dichos manuales; dos no se tiene ni una estrategia y/o protocolo para su correcta difusión. En este sentido, Nonaka y Takeuchi (1999) consideran que el conocimiento se encuentra en el tipo tácito.

Así mismo, (Galindo & Ríos, 2015; ISO 9000:2000) afirman que la productividad mide la eficiencia del trabajo y la optimización de recursos, reconociendo factores como gastos, costos, tiempos de trabajo. Sin embargo, sin la existencia de esta información contenida en manuales, guías y documentos dificulta la medición y control de la productividad.

Gestión de la Productividad

En términos de productividad se contestó lo siguiente:

Figura 5. Los tiempos de entrega de los productos son adecuados en términos de eficiencia y eficacia.



Como hemos dicho anteriormente, la productividad es medida a partir de diversos factores cuantitativos, estimados desde las ciencias administrativas. Sin embargo, cuando hablamos de medios de comunicación entran en juego otros factores tales como los derechos de las audiencias, códigos de éticas, líneas editoriales o legislaciones federales en términos de comunicación e información.

Para la pregunta si se consideraba que los tiempos de entrega eran adecuados, el 56% de los encuestados percibió que los tiempos de entrega son adecuados, en términos de eficiencia y eficacia. Mientras que el 7% consideraron que estaban en desacuerdo y, otro, 7% percibieron que hubo problemas de eficiencia dentro de la organización.

Figura 6. La productividad de la organización necesita de mejoras en los procesos.



Sin embargo, se preguntó si consideraban que la productividad de la organización necesitaba mejoras en los procesos; a lo cual el 19% de los encuestados contestaron que estaban desacuerdo totalmente, el 51% estaban en acuerdo, 26% no estaban ni en acuerdo ni en desacuerdo y el 4% estuvo en desacuerdo. Se puede observar el 56% estuvo de acuerdo que los tiempos de entrega de los productos son adecuados en términos de eficiencia y eficacia, sin embargo, cuando se realiza la presente pregunta.

Figura 7. La optimización de recursos y eficiencia necesita de mejoras.

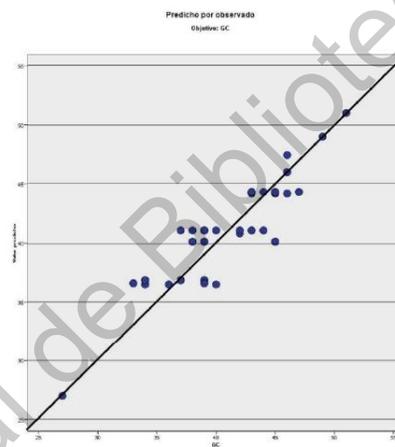


El 23% de los encuestados estuvo totalmente de acuerdo que la optimización de recursos de la organización y que la eficacia necesita mejoras; el 49% estuvo de acuerdo; 23% ni de acuerdo ni en desacuerdo; mientras que 5% estuvo en desacuerdo. Es decir, existe un elevado

porcentaje de personas que tienen la percepción que la organización tiene fallas en la optimización y eficiencia de recursos.

Resultado y gráfica inferencial

Figura 8. Regresión lineal con objetivo en la (GC) como variable dependiente, (GTC), (GI) y (P) como variables independientes.



El método utilizado fue modelo lineal. Los sujetos registrados en la investigación fueron 43, con un nivel de confianza de 95%, se incluyeron efectos con valores p inferiores a 0.05 y eliminaron efectos con valores superiores a 0.1, donde Gestión del Conocimiento fue la variable de pendiente y los predictores fueron Gestión Tecnológica del Conocimiento, Productividad, Gestión de la Innovación.

Tabla 4. Comprobación de hipótesis

Hipótesis	Prueba	Validación
<p>HI. La gestión del conocimiento influye en la productividad en los medios de comunicación.</p>	<p>Regresión lineal Independiente (GC) Dependiente (P) R=.000 t(constante)= 6.025 t (GC)=2.269</p> <p>Chi-cuadrada Productividad (P) Chi-cuadrado =18.674 con 11 gl p=.067 Gestión Tecnológica del Conocimiento (GTC) Chi-cuadrado =25.442 con 8 gl p=.001 Gestión de la Innovación (I) Chi-cuadrado =24.442 con 19 gl p=.180</p>	<p>Aceptada</p>

La hipótesis es validada con pruebas de regresión lineal y chi-cuadrada, arrojados del análisis estadístico SPSS, con las que se permitió observar la correlación entre las variables. Como se pudo observar en la *Tabla 4. Comprobación de Hipótesis*, la variable de Gestión de Conocimiento y la Productividad, con una significancia .000, y *t* de 2.269, es decir, que se relacionó de mejor forma que con las variables GTC, GI con $t(\text{constante})=6.025$. Con lo que respecta a la prueba de Chi-Cuadrada se obtuvo que con la variable de Productividad se obtiene en $p=.067$ y 18.674 con 11 gl, siendo la Productividad y la Gestión Tecnológica del Conocimiento (GTC) las variables dependientes con mayor relación a la Gestión del Conocimiento.

Conclusiones

Los medios de comunicación son estructurantes para una sociedad; moldean comportamientos colectivos, educan, entretienen e informan. La radio y la televisión tienen la función social de contribuir al fortalecimiento de la integración nacional y el mejoramiento; afirmar el respeto a los principios de la moral social y dignidad humana; evitar influencia nocivas o perturbadoras de desarrollo armónico, entre otras funciones; esto de acuerdo al artículo 5º de la Ley Federal de Radio y Televisión Televisión (Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión, 2012). Por lo anterior, es compromiso y responsabilidad social trabajar en el mejoramiento y fortalecimiento de los medios de comunicación desde diferentes aristas; tecnología, capacitación, conocimiento, contenido, entre otras.

El estudio pudo dar cuenta que, en un medio de comunicación es importante realizar esfuerzos para diseñar estrategias, sistemas o modelos basados en gestión del conocimiento para en un primer momento administrar óptimamente los recursos y en un segundo momento, generar recursos propios que permitan el crecimiento sustentable y el desarrollo. En este sentido, se ha comprobado la hipótesis H1, en donde se afirma que la gestión del conocimiento influye en la productividad en los medios de comunicación.

Por otro lado, es importante señalar que la teoría de la gestión del conocimiento tiene origen desde las ciencias administrativas, de la mano de empresas de manufactura, dedicadas a la industria automotriz y tecnológica; el acercamiento de la gestión del conocimiento a los medios de comunicación, permite visibilizar la cantidad de información y conocimiento, al interior y al exterior, que debe ser manejado estratégicamente para generar contenidos de calidad, en marcados en códigos de éticas, manuales de estilo, pertinencia de la información,

línea editorial, lineamientos de defensorías de derechos a las audiencias, entre muchas otras cosas. Toda esta información debe ser manejada estratégicamente en tomas de decisiones que favorezcan a la estructura organizativa, manejo de información, para finalmente se dé como resultado un producto audiovisual, que con los avances tecnológicos se encuentran difundidas a diferentes plataformas (Televisión, YouTube, Facebook, cine, etc.); lo que implica mayor gestión de conocimiento técnico. A lo anterior, debemos sumar la inmediatez con la que los conocimientos deben ser manejados, esto por la naturaleza misma de los medios de comunicación. Además, de la obligación de los medios de adentrarse de lleno en la era tecnológica, en donde se debe buscar las formas para aumentar la capacidad de procesamiento de *big data*, desprendido de los avances tecnológicos y la cantidad monstruosa de información que se genera.

Cuando el conocimiento en un medio de comunicación se encuentra en el tipo tácito, es decir, que los procesos se transmiten de persona a persona, es necesario realizar esfuerzos para hacer la conversión de conocimiento tácito a explícito para el fortalecimiento de la empresa, para su correcto y asertivo funcionamiento.

En términos de productividad es fundamental establecer parámetros e indicadores formales para medir la productividad. Los indicadores de productividad en un medio de comunicación deben ser complejizados para ser determinados de forma cualitativa y cuantitativa. Existen áreas de oportunidad en la producción en un medio de comunicación. Es importante tener presente que, aunque exista la actitud y disposición para el mejoramiento de la productividad y gestión del conocimiento, se necesita de una metodología que permita mejorar de las mismas.

La asertiva gestión del conocimiento permitiría a las instituciones educativas formar, fortalecer, desarrollar y posicionar sus medios de comunicación.

Referencias

- Albuquerque, F. (2008). Innovación, transferencia de conocimientos y desarrollo económico territorial: una política pendiente. *Arbor*, 184(732), 687-700. doi:10.3989/arbor.2008.i732.215
- Aja, L. (2002). Gestión de información, gestión del conocimiento y gestión de la calidad en las organizaciones. *ACIMED*, 10(5), 7-8. Recuperado de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1024-94352002000500004&lng=es&tlng=es.
- Bhatnagar, R., Kim, J., & Many, J. E. (2014). Candidate surveys on program evaluation: Examining Instrument reliability, validity and program effectiveness. *American Journal of Educational Research*, 2(8), 683-690.
- Blesa, P. (2006). Medios de comunicación y democracia: ¿El poder de los medios o los medios al poder? *Sphera Publica*, (6), 87-106.
- Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión (2012). Ley de Radio y Televisión. Última reforma DOF 09-04-2012. Recuperado de <https://docs.google.com/document/d/1N3lBCGk49IjyUxy4qEJnGvHlIxOOcwpp/edit#>
- Cequera, M. M., Monroy, C. R., & Bottini, M. A. N. (2011). La productividad desde una perspectiva humana: Dimensiones y factores. *Intangible capital*, 7(2), 549-584.
- Diaspro, M. O. (2005) La influencia de la televisión en la construcción de identidad en los jóvenes. (Tesis de licenciatura) Recuperado de <http://repositorio.uahurtado.cl/bitstream/handle/11242/5921/SOCDiaspro.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Drucker, P., y González, P. (1994). La nueva sociedad de organizaciones. *Gestión y Estrategia*, 27(5), 129-138.
- Galindo, J. (2008). Comunicación, Ciencia e Historia. McGraw-Hill

- Galindo, M. & Ríos, V. (2015). Productividad en serie de Estudios Económicos, Vol. I Agosto 2015. México DF: México ¿cómo vamos?"
- Guerrero, S. (2016). *Uso de la gestión de la información (TI) y la gestión del conocimiento (GC) en la creatividad de los expertos en una industria automotriz* (tesis doctoral). Universidad Autónoma de Querétaro, Querétaro.
- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, M. (2010). *“Metodología de la investigación”*. Quinta edición. Editorial Mc Graw Hill.
- INEGI (2015) Encuesta Nacional sobre Productividad y Competitividad de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas. Recuperado de <https://www.inegi.org.mx/programas/enaproce/2015/>
- ISO 9001-2000. Sistemas de gestión de la calidad. Requisitos. Ginebra: ISO; 2000.
- Krüger, K. (2006). El concepto de sociedad del conocimiento. *Revista bibliográfica de geografía y ciencias sociales*, 11(683), 742-98.
- Nonaka, I. y Takeuchi, H. (1999). *La organización creadora de conocimiento*. México: Oxford University Press.
- Monagas-Docasal, M. (2012). El capital intelectual y la gestión del conocimiento. *Ingeniería Industrial*, 33(2), 142-150. Recuperado en 07 de noviembre de 2019, de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-59362012000200006&lng=es&tlng=es.
- Pérez, Y. & Coutín, A. (2005). La gestión del conocimiento: un nuevo enfoque en la gestión empresarial. *Acimed*, 13(6), 0-0
- Picco, A., Marchese, A., y Ingrassia, R. (27 y 28 de noviembre de 2007). Herramientas Tecnológicas para la Gestión de Conocimiento Organizacional. *Undécimas Jornadas “Investigaciones en la Facultad” de Ciencias Económicas y Estadística*. Universidad Nacional del Rosario, Argentina.
- Ramos, N. (2014). *Gestión Tecnológica e Innovación*. México: Pearson Educación.
- Rodríguez, F., & Gómez Bravo, L. (1991). Indicadores de calidad y productividad de la empresa.
- Salaverría, R. (2003). Convergencia de los medios. *Revista Latinoamericana de Comunicación*, (81). 32-39. doi: 10.16921/chasqui.v0i81.1471

- Sartori, G. (2012). *Homo videns: la sociedad teledirigida*. Argentina: Taurus.
- Sequera Díaz, R. (2013). Televisión y redes sociales: nuevo paradigma en la promoción de contenidos televisivos. *Ámbitos: Revista Internacional de Comunicación*, 22, 1-16.
- Tejada Zabaleta, A. (2011). Los modelos actuales de gestión en las organizaciones. Gestión del talento, gestión del conocimiento y gestión por competencias. *Psicología desde el Caribe*, 115-133.
- UNESCO. (2005). *Informe Mundial de la UNESCO: Hacia las Sociedades de Conocimiento*. Recuperado de http://www.lacult.unesco.org/docc/2005_hacia_las_soc_conocimiento.pdf
- Universidad Autónoma de Querétaro (2018). Acuerdo por el que se crea el Sistema Universitario de Radio, Televisión y Cinematografía. Recuperado 11 de junio de 2019, de <https://surtc.uaq.mx/index.php/normatividad/acuerdo-por-que-se-crea-el-sistema-universitario-de-radio-television-y-cinematografia>
- Valencia, M. (2005). El capital humano, otro activo de su empresa. *Entramado*, 1(2), 20-30.
- Villasan, L., (2019) La importancia del flujo del conocimiento en las organizaciones. En C. González (Presidencia), Congreso Internacional de Investigación en Ciencias Administrativas 2019. Simposio llevado a cabo en el XXIII Congreso Internacional de Acacia, San Luis Potosí, México.

Dirección General de Bibliotecas UAQ