
EL CONOCIMIENTO Y LA COMPETENCIA POR LOS MERCADOS GLOBALIZADOS

MARTIN, Fanny M.¹

¹ Universidad Nacional del Sur. Departamento de Economía. 12 de Octubre 1198 -7° Piso - Bahía Blanca . fmartin@uns.edu.ar

Resumen

La integración de mercados, fomentada por la globalización, desdobra conductas y procesos que ponen en contacto sociedades muy diversas, dando lugar a un nuevo arquetipo de desarrollo económico y tecnológico basado en el conocimiento y en las nuevas tecnologías de información y comunicación. Deviene así un momento particular para la ordenación del territorio, posibilitando la producción de nuevos marcos relacionales de los territorios y la puesta en valor de sus potencialidades de desarrollo como punto de partida en el diseño de los proyectos estratégicos de infraestructura e integración. Este ordenamiento territorial no es un conjunto de planificaciones exigibles en cada momento para obtener una imagen territorial, sino que es la definición de un escenario futuro posible de ser alcanzado. La importancia de la utilización del conocimiento en el desarrollo económico de la sociedad debe enfocarse a un intento por lograr una mayor interacción entre empresas, universidades y sociedad, dirigida a la producción de un conocimiento que contenga un valor económico. Las repercusiones de este accionar darán lugar a nuevas ventajas competitivas mostrando una nueva geografía para el potencial de desarrollo y favoreciendo a las comunidades implicadas en el proceso. El trabajo forma parte de la Investigación llevada a cabo en el Proyecto SECYT 24-G044: "Estudio Geográfico Integral del Corredor Bioceánico Norpatagónico: 3ª Parte.

Palabras clave: integración, conocimiento, ventajas competitivas, desarrollo económico

KNOWLEDGE AND COMPETITION ABOUT GLOBAL MARKETS

Abstract

The integration of markets, fostered by globalization underpinnes behaviour, and processes that contact very different societies, giving rise to a new archetype of economic and technological development based on knowledge and the new technologies of information and communication. Consequently it occurs a particular time for the management of territory, enabling the production of new relational frameworks of territories and the revalorization of their potential for development as a starting point in the design of strategic projects on infrastructure and integration. This territorial management is not a set of enforceable planning in each time to obtain an integral image, but is the definition of a possible future scenario to be attained. The importance of using knowledge in economic development of society should approach an attempt to achieve greater interaction between companies, universities and society, focused in the production of knowledge which contains an economic value. The impact of this action will place new competitive advantages showing a new geography to potential development and favoring those communities involved in such a process.

Keywords: integration – knowledge – competitive advantages - economic development.

Introducción

La economía globalizada, al ir consolidándose, abre paso a un panorama muy dinámico y competitivo, estimulando la transformación de la organización del sistema de

ciudades y regiones. La forma de actuar y relacionarse en los ámbitos económicos, sociales y políticos se ve cada vez más influenciada por las tecnologías de la información y comunicación (TICs). Vemos como, quienes intentan formar parte de esta realidad, deben adelantarse en innovación a sus competidores. Internet y las demás TICs con su capacidad prácticamente ilimitada de obtener, almacenar, procesar y compartir información impactan particularmente en el mundo empresarial, configurando un nuevo entorno competitivo en el que desaparecen las barreras geográficas, facilitando el acceso a un mercado más amplio y con una mayor presión competitiva, basada en un continuo intercambio de datos y en la posibilidad del seguimiento de los mercados y la toma de decisiones en tiempo real; los clientes son cada vez más exigentes y esperan un producto/servicio más personalizado; se hace necesario contar con una mayor capacidad y velocidad en el procesamiento de la información y en la generación e intercambio de conocimiento; se incrementa la posibilidad y necesidad de colaborar con otros agentes económicos. Así, cualquier proyecto empresarial que aspire no ya a ser competitivo, sino solo a sobrevivir, tiene que tener en cuenta esta nueva dimensión de la competencia empresarial. En este contexto, las TICs proporcionan la oportunidad para mejorar la eficiencia y diferenciación de las empresas, que éstas deben saber aprovechar, permitiéndoles ampliar su base de negocio, en la medida en que Internet puede facilitar la entrada a nuevos mercados geográficos o nuevos grupos de clientes; reducir costes y tiempos, al automatizar los procesos internos (compra, almacén, gestión comercial, etc.), dar una mayor calidad al servicio ofrecido, vigorizar la cooperación con proveedores y clientes para corregir el diseño de productos, optimizar los procesos de compra o venta, etc.

Uso de TICs por parte de las pequeñas empresas de la región

Las PyMEs no son ajenas a las oportunidades y retos que las TICs generan. Es por eso que cada empresa, según su tamaño y actividad, ha de adoptar soluciones diferentes en este campo. Será prioridad para cualquier gestor plantearse el uso de las tecnologías de la información y comunicación para mejorar la competitividad de su empresa, mirar qué están haciendo los agentes de su entorno al respecto y ver cuáles son las iniciativas más convenientes. Se asignarán recursos, y colocarán productos y servicios, lo que demandará una comunicación más fluida, y es en las actividades que dependen de la comunicación donde

intervienen las tecnologías informáticas, recortando los costes de la coordinación, aumentando la calidad y velocidad de la misma.

Encuestas sobre el sector PyME industrial de Bahía Blanca hechas por el Departamento de Economía de Universidad Nacional del Sur a diferentes ramas de actividades dieron cuenta de la existencia de un centenar de empresas productoras de bienes y servicios, correspondientes a los sectores de alimentos, madera y muebles, plásticos, química y metalmecánica. Estas requieren información sobre costos, técnicas de producción, pero sobre todo necesita información sobre clientes y oportunidades comerciales. Una cuestión importante es cómo accede a esa información el empresario industrial de la región bahiense. Lo hace respecto de informaciones técnicas, sistemáticamente (58%) y a través de publicaciones especializadas (39%). No se informa de las técnicas, ni de las oportunidades comerciales, a través de los canales institucionales tales como cámaras u organizaciones empresarias. La información sobre oportunidades comerciales, tiene su principal origen en canales menos formales, conformando una red de contactos no muy organizada. Son poco aprovechados los institutos de investigación y centros de altos estudios con que cuentan (8%).

Tabla 1. Medios de asistencia técnica a las empresas (%)

Sectores	Medios							
	1	2	3	4	5	6	7	8
Alimentos	3	47	11	3	14	17	6	0
Madera y Muebles	7	64	7	0	0	7	0	14
Químicos	0	0	0	0	50	0	0	50
Plásticos	0	20	20	0	0	40	0	20
Metalmecánico	12	41	7	3	9	9	2	17
Total	8	43	9	2	10	12	3	13

Fuente: Giacchero, A. Donnini, N., Martin, F. (2004) Nota: 1. Centros de investigación públicos o privados. 2. Proveedores de equipos 3. Clientes 4. Otras firmas 5. Consultores privados o públicos 6. No recibe 7. Otros 8. No contesta

No es habitual la capacitación del personal ocupado. Los sectores que más cursos de capacitación realizan son los que elaboran productos plásticos y metalmecánicos. Los empresarios creen necesario realizar algún tipo de capacitación en aspectos relacionados con áreas o conocimientos vinculados al manejo y dirección de empresas, pero es bajo el

porcentaje que efectivamente lo realiza, concretándolo especialmente con su participación en cursos y jornadas.

Del 65% de empresas que poseen una política de capacitación al personal, la gran mayoría, sólo los capacita en aspectos de seguridad (47,5%) obligatorios por las aseguradoras de trabajo. La minoría de los empresarios (17,5%), sólo lo hace en aspectos técnicos, administrativos, productivos, etc. El 58% de las empresas que realizan capacitación, lo hace dentro de la firma, circunstancia que de alguna manera no permite un intercambio con opiniones y visiones desarrolladas fuera de la organización, lo que conformaría un mayor aprovechamiento. En la mayoría de los casos, la capacitación está a cargo de los dueños/empresarios de la firma, principalmente cuando lo que se quiere instruir tiene que ver con técnicas y procedimientos de trabajo. Los analistas en capacitación se hacen responsables cuando la instrucción tiene que ver con técnicas de seguridad o algún aspecto específico relacionado con la producción o la administración.

Las fuentes de información externa no resultan tener una relación fluida con la empresa. Si se observa algún contacto con cámaras empresariales a través de periódicos y material especializado. Como consecuencia de esto se infiere un alto grado de aislamiento al que el pequeño y mediano empresario se somete, ya que no comparte experiencias con sus pares, permanece en la gran mayoría de los casos separado de ellos y no concurre ni participa asiduamente en ferias ni exposiciones.

En general, los empresarios tienen un acabado conocimiento de sus competidores y la relación y comunicación entre ellos han sido clasificadas como de muy buena o buena. Sin embargo, pese a la buena relación, es escaso el desarrollo de proyectos en común o algún tipo de vinculación entre las empresas que les permitan hacer frente a la demanda de una manera más favorable.

Aprendizaje permanente

En un contexto altamente competitivo para las empresas los sistemas de educación y formación perciben que deben responder a continuas presiones surgidas de la evolución económica y tecnológica que plantea nuevas exigencias en materia de competencias laborales. Esto exige una formación que permita a las empresas contar con recursos humanos calificados y a las personas acceder y conservar un trabajo. Esto lleva a entender la formación de los

recursos humanos como una cadena de conocimiento, saber hacer y saber aprender de manera permanente.

Así aparece como concepto clave el de *las organizaciones que aprenden*, donde la principal tarea será absorber flujos de inteligencia, ideas y conocimientos. La empresa debe tener la habilidad de generar nuevas formas de pensar, lograr y transferir conocimiento y de modificar su conducta para reflejar sus aprendizajes, lo que se constituye en un proceso continuo. Esta realidad le impone un imperativo estratégico para adaptarse el cambio: el aprendizaje permanente.

Se puede pensar en un modelo formativo que muestre estrecha relación entre formación y empleo. La formación continua favorece la creación de una capacidad sostenible de aprendizaje e implica la generación de condiciones que proporcionen la "integración de los eslabones de la cadena sin solución de continuidad de: formación (inicial) - empleo (ingreso al mercado laboral) - formación (actualización) - trabajo (adecuación a nuevas formas de gestión) - formación (reconversión)..." (Leibowicz, J. 2000).

Dentro de las actividades de aprendizaje se diferencian tres clases que pueden ser útiles de referenciar. En primer lugar se pueden observar aquellas actividades centradas en el aprendizaje *formal* que finaliza en la obtención de alguna calificación reconocida. Se tiene además un aprendizaje *no formal* que se realiza en forma paralela a los principales sistemas de educación y formación, y puede o no proporcionar certificados formales. Este tipo de aprendizaje puede adquirirse en el lugar de trabajo o a través de las actividades de organizaciones y grupos de la sociedad civil. Finalmente el aprendizaje *informal* es un complemento natural de la vida cotidiana.

La planificación política determina la forma de brindar pautas para el primer tipo de aprendizaje. Sin embargo el aprendizaje permanente tiene más relación con los otros tipos y nos lleva a un concepto más amplio que muestra que enseñar y aprender son acciones que se pueden dar en diferentes momentos y lugares. Un medio fundamental para llevar a la práctica el aprendizaje permanente es el trabajo conjunto en ámbitos de cooperación. Esto incluye la cooperación entre las autoridades públicas junto a iniciativas públicas y privadas, que puede darse a través de un trabajo activo de organizaciones locales más cercanas a las necesidades de empresas y trabajadores de las comunidades específicas (Comisión de las Comunidades Europeas, 2000).

El desarrollo de un modelo de formación continua y de aprendizaje permanente es responsabilidad de todos a nivel individual y colectivo y no se limita sólo a las instituciones de formación. Los diferentes sectores involucrados en este modelo necesitan estrategias de instrumentación del mismo. En ese camino las estrategias deben adaptarse y flexibilizarse con referencia a las necesidades de calificación específicas de las pequeñas y medianas empresas.

Uno de los principales retos en la formación permanente en el contexto profesional es lograr compaginar las necesidades de formación con los requerimientos de las acciones cotidianas. Esto es esencialmente significativo en la pequeña y mediana empresa, en que la falta de tiempo y recursos dificulta mucho la participación en actividades de formación. Es más, las características muy particulares de este tipo de empresa hacen que muchos productos de formación no se ajusten a sus necesidades. Los enfoques de aprendizaje formal (centrado en cursos) son, en muchos casos, poco apropiados para el contexto PyMe.

El aprendizaje se logra acercándolo a los interesados. La formación dentro o fuera de una empresa requiere la provisión de una oferta permanente de oportunidades: una pluralidad de lugares formativos con variedad de opciones y metodologías y articulación entre distintos servicios que permitan que los individuos, ocupados o no, tengan las posibilidades de ejercer su responsabilidad en la construcción y adquisición de conocimientos, valores, habilidades y actitudes.

Las TICs ofrecen un potencial adecuado para llegar a todos, como un medio de mantener la identidad de una comunidad en cualquier lugar que se encuentren. El aprendizaje permanente permite ser un motor de regeneración local y regional que se amplía al hacer posible la comunicación virtual entre personas o comunidades separadas físicamente.

El nuevo modelo de conciliación entre formación y trabajo permite a las empresas y a las instituciones formativas superar la división entre la formación y la producción. El mercado del conocimiento permite la generación de procesos de creación y difusión del conocimiento en las empresas, cuando los centros especializados y las universidades son los aportantes clásicos. La articulación y la cooperación de empresas y el espacio de la formación deben conformar una alianza que al favorecer el intercambio de formación e información, fortalece la capacidad de aprender de forma continua. Este aprendizaje integra las acciones de enseñanza aprendizaje intencional junto a acciones de aprendizaje informal. Por su parte, la coordinación se refiere a la necesidad de crear condiciones favorables para ese aprendizaje, tales como los servicios formativos disponibles en forma constante así como los de

certificación de competencias. Esa articulación conforma un verdadero esquema de coordinación.

Con referencia a la oferta de formación se trata, no de la oferta convencional, sino de un servicio formativo flexible, que se ajuste a demandas específicas con diversas modalidades, de acuerdo a las necesidades profesionales requeridas por las empresas. Esa búsqueda de flexibilidad puede hacer que las empresas convertidas en una red se dinamicen en sus estructuras internas, en el uso del espacio comunicativo (horizontal) con intercambio de información.

La educación permanente permite responder de manera activa a las nuevas exigencias del mercado de trabajo, y las nuevas modalidades educativas y de aprendizaje. Las recientes tecnologías pueden crear un ambiente más comunicativo entre empresas y las universidades con acciones de formación y colaboración más fluidas. La universidad genera las plataformas, los educadores, las certificaciones y el marco adecuado para el aprendizaje virtual. Las empresas aportan los educandos, así como software y sistemas. Los gobiernos locales y las cámaras empresarias facilitan la puesta en marcha de los programas, como creadores de condiciones y facilitadores de acciones cooperativas. (Silvio, J., y Lapierre, M., 2002).

Las TICs inciden en la organización y gestión laboral, posibilitando el aprendizaje en el puesto de trabajo, a través de procesos acelerados y con la aplicación de los conocimientos en forma casi inmediata.

El aporte y la incorporación de tecnologías a la formación hacen posible que la flexibilidad y la interacción formen parte de los procesos de formación permanente, haciendo posible la concordancia de tiempo y espacio en un aprendizaje asincrónico (diferente lugar y tiempo) o sincrónico (diferente lugar pero al mismo tiempo). Además el diálogo y el contacto con otros componentes del programa aportan una construcción individual y colectiva del conocimiento.

Las TICs no sustituyen a la formación tradicional, sin embargo existe la posibilidad de mejorar cualitativamente los procesos formativos en ambientes no habituales de procesos formales de enseñanza-aprendizaje como la empresa. Las nuevas tecnologías deben ser consideradas como un conjunto de herramientas que permiten alcanzar el objetivo de la formación permanente, aunque no como un fin en sí mismas. Dentro de los aportes que se pueden reconocer a las TICs en el proceso de construcción del conocimiento, se destacan dos

aspectos básicos: tienen implicancia en la construcción y no sólo en la reproducción del conocimiento y permiten la simulación de la realidad.

Pero es necesaria una aceptación de doble sentido, la de aquellos que las van a utilizar, y las de los cambios necesarios en el papel docente. Esto debe ser tenido en cuenta para no generar rechazos ni resistencias en los recursos humanos y obtener un mecanismo aceptado del programa de formación.

Las TICs han evolucionado de manera de generar beneficios para las empresas. Así, desde la utilización del correo como un elemento eficaz de comunicación interna y externa, pasando por la Web, el e-commerce, las empresas se han hecho visibles en el mercado global, además de reducir los costos de transacción y optimizar la accesibilidad a nuevos mercados. A partir de aquí las organizaciones en red, tales como empresas virtuales y nuevos modelos de negocios basados en la interconexión de organizaciones permiten agregar valor a la producción de las empresas. En esta evolución hacia la interconexión se inserta nuestra propuesta de aprendizaje permanente a través de una comunidad virtual. Un ambiente virtual de aprendizaje ("Virtual Learning Environment", VLE) está constituido por elementos que se integran, interaccionan y combinan para crear ese ambiente.

Todo contexto de aprendizaje está conformado por componentes tales como el mismo ambiente (entorno, espacio, aula), el alumno, el tutor, los contenidos, las herramientas de comunicación y las herramientas de las tareas del aprendizaje. La combinación de estos elementos más el modelo educativo propuesto se transforma en un escenario alternativo en el que todos los pasos de construcción de los conocimientos se presentan conjuntamente permitiendo el aprovechamiento y la evolución del conocimiento (UNESCO, 1999). El concepto de la comunidad de aprendizaje puede ser definido de forma sencilla como un grupo de personas que aprenden en grupo, utilizando instrumentos de aprendizaje comunes en un mismo entorno formativo.

Hablar de un mismo entorno formativo involucra pensar en un lenguaje, acciones y reglas de funcionamiento comunes pero no equivale a decir que los aprendizajes tengan que efectuarse en el mismo espacio y tiempo. Así se proponen actividades de participación e interacción a través de una red de aprendizaje.

El entorno virtual

La incorporación de la tecnología a la enseñanza implica que se pueden utilizar las TICs para transferir información, para discutir en un foro o para el planteo de problemas que permitan actividades de aprendizaje. Lo más importante de esto es que pueden realizarse todas estas actividades en un mismo entorno virtual de aprendizaje, como si fuera un proceso de educación presencial

Algunos desarrollos tecnológicos de carácter interactivo tales como la red de aprendizaje asincrónico (ALN) y el aula virtual (VC), proporcionan entornos virtuales de enseñanza y aprendizaje y de trabajo colaborativo que a través del uso de computadoras pretenden realizar los mismos procesos de comunicación que se producen en un aula presencial, y permiten la interconexión desde cualquier lugar y en cualquier momento.

Los seres humanos y las organizaciones se desarrollan en tres tipos de espacio: el geográfico, el social y el virtual. El primero lo constituye el espacio físico en el que vivimos y se produce en él lo que se denomina movilidad geográfica. El espacio social se estructura por la trama de vinculaciones humanas en la sociedad donde cada persona tiene lugares y desempeños específicos, donde la movilidad que se plantea es de naturaleza horizontal, o vertical si implica un cambio en la jerarquía social. El espacio virtual permite la movilidad en él sin realizar una movilidad geográfica y a ello se ha llamado movilidad virtual, facilitada por la comunicación mediante computadora.

Aoki (1994) clasificó las comunidades virtuales en "1) aquellas que se superponen totalmente con comunidades físicas reales, 2) aquellas que se superponen en algún grado con estas comunidades de la "vida real" y 3) aquellas que están totalmente separadas de comunidades físicas". Las comunidades virtuales de empresas aquí propuestas, compartirían además de un espacio físico y una posibilidad concreta de relación cara a cara, un espacio virtual. El grupo que conformaría la comunidad virtual, está formado, como cualquier grupo por un conjunto de personas, reunidas por un interés común, que en el espacio virtual (diferencia con cualquier otro grupo) siguen ciertas reglas y mantiene su relación en el tiempo.

Una forma de referirnos a las comunicaciones e interactividad de la participación es la que refiere a una organización del tipo: círculos concéntricos, esferas multinodos, pirámides y

comunidad virtual. En las primeras, la comunicación se realiza en forma centralizada. En la esfera multinodo la comunicación es centralizada pero se distribuye el control. En las comunicaciones tipo pirámide el control y comunicaciones son centralizados en un nodo que decide, en tanto que en la comunidad virtual, los flujos de comunicación y coordinación son distribuidos sin jerarquías y el grupo se sustenta con el objetivo del conjunto. (Peña Miranda, 2002)

La relación multinodo admite en tiempo real el debate de los diferentes temas planteados. El usuario accede a la relación para cumplir la operación estática de pregunta-respuesta, y también accede para buscar y navegar por las distintas redes de información, interactúa con otros usuarios de manera dinámica, genera su propio material y lo ofrece al resto de los miembros, propone sugerencias al tutor para la mejora. La colaboración de los usuarios, es la clave del éxito de la Comunidad Virtual, pues con ellos el tutor puede ofrecer mejores servicios con un contenido más elaborado y estudiado, cubriendo así sus expectativas deseadas. Los destinatarios de esta comunidad virtual no pueden ser únicamente receptores de información, sino que también funcionan como *creadores* de la misma. Podrán juzgar activamente las ofertas de aprendizaje realizadas por la comunidad, dando información acerca de la satisfacción o insatisfacción generada en torno a distintos hechos del aprendizaje.

A grandes rasgos podemos clasificar las CV en tres grandes categorías: de ocio, profesionales y de aprendizaje. Aunque varios autores (Polo, M. 1998; Salinas, J. 2003; Salmon, G. 1998) enuncian clasificaciones de acuerdo a si se centran en las personas, tema o acontecimientos; las orientadas a la organización o a los usuarios; por funciones o acceso, por áreas, etc.

Las CV que apuntan a la formación, deben ser creadas para resolver o analizar problemas, participar del conocimiento y construirlo de manera conjunta superando la interacción entre los miembros de la comunidad.

Existen algunas sugerencias que se relacionan con el diseño y mantenimiento de las comunidades de aprendizaje. Una de ellas es la configuración del espacio en el que se desarrollará la comunidad que incluye aspectos relacionados con las herramientas utilizadas, y los espacios que se crean, además de las normas iniciales (consensuadas) que gobernarán el funcionamiento de la comunidad.

Los participantes pueden adoptar diferentes roles en la comunidad: La teoría (Garrison, D. y Anderson, T., 2005) habla de manifestaciones sociales, cognitivas y docentes.

Las docentes le dan el aspecto formal al contexto, las sociales son las que permiten a los participantes expresarse dentro del entorno virtual y las manifestaciones cognitivas se refieren a la capacidad de construir significados mediante la participación.

Una alternativa a la comunidad virtual de aprendizaje diagramada y estructurada desde la perspectiva docente únicamente, sería concebir a la comunidad como un proceso de diseño abierto y flexible, basado en la participación de sus miembros, implementada a través de encuestas a los posibles componentes de la red, con lo que el modelo participativo, se adaptaría más a las necesidades del contexto al que se quiere servir.

Si se adopta el modelo de comunidad de aprendizaje se necesita más planificación del proceso de aprendizaje que en una comunidad de práctica (Daniel, B., McCalla, G. and Schwier, R., 2003) en las que los objetivos son concertados de manera continua, mientras que en las comunidades de aprendizaje se organizan con anterioridad.

Comunidades de práctica

Las comunidades de práctica no se pueden crear; no se describe su creación, sino que se encuentran o se identifican, y emergen solas. La naturaleza informal de la comunidad de práctica no armoniza bien con el enfoque jerárquico y orientado a la actividad empresarial, es posible que el concepto no sea bien visto, especialmente en contextos con una fuerte orientación a resultados como la pequeña y mediana empresa, en el que hay muy muchas posibilidades de experimentación, aunque igualmente aparecen en los contextos de negocios muchos de los comportamientos típicos de las comunidades de práctica. Las resistencias que se pueden encontrar son significativas al plantear un modelo para el aprendizaje basado en la comunidad de práctica en el contexto PyMe.

Algunos autores resaltan la importancia de la co-localización como elemento fundamental en las comunidades de práctica preguntándose si es posible un modelo de comunidad de práctica en línea, de hecho, existen numerosas comunidades en línea. Preece, J. y Maloney-Kirchmar, D., (2005) comentan que la fuerza y la naturaleza de las relaciones en línea superan a las dificultades relacionadas con la no-presencia social que proporciona la co-localización. Esta es una consideración válida en el contexto del PyMe en el que se da mucha importancia al contacto personal.

Wenger, E. (1998) entiende el aprendizaje como parte de un proceso más amplio en el que el individuo participa activamente en una comunidad de práctica. Esta idea es clave para nuestro enfoque; los procesos de aprendizaje informal se pueden entender como parte de la actividad laboral diaria del individuo, son parte integral de su participación en su comunidad. El modelo que se propone busca facilitar y apoyar a estos procesos. Se trata de aprender dentro del propio contexto, en vez de salir de ello a un aula para aprender sobre ello de forma abstracta. El concepto de la comunidad de práctica ilumina estos procesos y nos indica maneras de facilitar y apoyar los procesos. Mediante la participación en la actividad de la comunidad y la interacción durante este proceso con otros que pueden ser más o menos conocedores del campo, los agentes no cumplen roles fijos y, por tanto, la participación de un individuo determinado en cualquier momento puede ser más o menos central; puede por ejemplo ocurrir que aquellos que son a primera vista expertos dentro de la comunidad se encuentran aprendiendo de otros sobre un determinado aspecto de la actividad, como por ejemplo, una nueva tecnología.

Wenger identifica tres elementos fundamentales en la comunidad de práctica: compromiso mutuo entre los miembros de la comunidad, objetivos comunes, cultura común. La idea central es el aprendizaje entendido como experiencia (aprender haciendo).

Hay dos elementos claves para el éxito de una comunidad: la colaboración que permita el intercambio de ideas y la sensación de pertenencia, y la confianza entre los miembros. Esta es otra diferencia con las comunidades de aprendizaje, en el que la naturaleza limitada de la colaboración hace que la confianza mutua sea menos necesaria, aunque desde luego es positiva.

Debe destacarse la motivación de los participantes de la comunidad como un aspecto que mencionan los distintos autores citados. En muchas comunidades los participantes pueden caracterizarse como auto-motivados, pero en el contexto de la pequeña y mediana empresa sería arriesgado suponer esto. Por tanto es fundamental asegurar la motivación de los participantes.

La participación en la comunidad ha de ser de alguna manera valiosa para sus miembros, aunque este valor puede ser muy distinto para diferentes participantes. Daniel, B., McCalla, G. y Schwier, R. (2003), identifican la sensación de pertenencia muy importante, y esto también puede considerarse como fuente de valor. Es evidente que este elemento es clave en este contexto, en el que sin un valor claro percibido por los participantes potenciales sería

muy difícil lograr la entrada de las personas en la comunidad incipiente, y más aún su permanencia.

Comentarios Finales

La economía post industrial se ve impulsada sobre la base del conocimiento como generador de ventajas competitivas. La ruptura del modelo lineal de innovación concede un nuevo significado a la función de las instituciones y los agentes intermediarios en la generación y circulación de conocimiento. A esto se suma la globalización, unida a los intercambios internacionales de bienes y servicios, así como la internacionalización del capital y la producción, que se ve fortalecido por las nuevas formas de organización de la producción, a través de la formación y desarrollo de sistemas de empresas y de alianzas estratégicas internacionales, permitiendo la formación de redes, cada vez con más dimensión mundial. Este proceso condiciona la actividad económica de las ciudades y regiones que, a su vez, se ve influida por el proceder de los actores locales.

Las empresas compiten en los mercados juntamente con el entorno productivo e institucional del que forman parte. Se habla ya de competencia entre ciudades y regiones, y de que la división internacional del trabajo es un fenómeno tanto urbano como regional. La mejora de la productividad y competitividad de las ciudades y regiones depende de la introducción de innovaciones en las empresas, de la flexibilidad y organización del sistema productivo, y de la existencia de instituciones que favorezcan el funcionamiento de los mercados. La formación de redes de empresas, la introducción de formas más flexibles de organización en las grandes empresas y la externalización de los sistemas de producción han permitido mejorar esa productividad y competitividad.

La selección adecuada de una plataforma tecnológica en la que se pudieran intercomunicar los agentes, permite realizar procesos de transferencia de conocimiento a escala global, y facilita que especialistas e investigadores con diversos niveles de experiencia pongan al día su saber, orientados a la práctica y al diálogo.

En los últimos años, en simultáneo con la consolidación de un nuevo paradigma intensivo en información y conocimiento, se ha incrementado la discusión sobre la superioridad competitiva de los grupos interrelacionados sobre aquellos que actúan de forma individual. Las redes de conocimiento constituyen la máxima expresión del hombre como productor de saberes y su necesidad de intercambiar, compartir y transferir lo que aprende y

lo que crea (conocimiento), a partir de la interacción por medio de una plataforma tecnológica. Estos sistemas permitirían superar las desventajas de la falta de información y comunicación de nuestras empresas, mostrado más arriba, con el surgimiento de una comunidad de práctica que aproveche lo generado en una red de aprendizaje. Debe facilitarse entonces el surgimiento de condiciones en las que algo que se asemeja a una comunidad de práctica, aunque con ciertas diferencias derivadas de la naturaleza del contexto de que se trata, puede llegar a aparecer.

Citas bibliográficas

- Aoki K., 1994. <http://www.vcn.bc.ca/sig/comm-nets/aoki.txt> Virtual Communities in Japan.
- Comunidades Europeas, 2000, Documento de trabajo de los Servicios de la Comisión, Memorandum sobre el Aprendizaje Permanente.
- Daniel, B., McCalla, G.I. and Schwier, R., 2003. Social capital in virtual learning communities and distributed communities of practice. Canadian Journal of Learning and Technology. Canadá.
- Garrison, D. R., & Anderson, T., 2005. www.communitiesofenquiry.com Communities of Enquiry. University of Calgary, Canadá
- Leibowicz, J., 2000, Ante el imperativo del aprendizaje permanente, estrategias de formación continua, Cinterfor, OIT, Montevideo.
- Peña Miranda, P. 2002. Usos y apropiaciones por parte de la comunidad de organizaciones emisoras de miembros del sitio web Diario de la sociedad Civil. Tesis Magíster en Comunicación. Universidad Diego Portales, Santiago de Chile.
- Polo, M., 1998., <http://www.aldeaeducativa.com> Las comunidades educativas. Aldea Educativa.
- Preece, J. and Maloney-Kirchmar, D., 2005. Online communities: Design, theory and practice. Journal of Computer-Mediated Communication 10 (4) art. 1. Indiana, USA.
- Salinas, J., 2003. Comunidades virtuales y aprendizaje digital, conferencia presentada a Edutec 2003, <http://www.edutec.es>.
- Salmon, G.,1998. Developing learning through effective online moderation, Active learning, 9. december. Salmon, G. (1999). Reclaiming the territory for the natives. <http://www.emoderators.com/moderators/gilly/LONDON99.HTML>

Silvio, J. y Lapierre, M. 2002, Cooperación Universidad-Empresa en el E-Learning: experiencias en Ibero América. IESALC- UNESCO.

UNESCO,1999. Los docentes, la enseñanza y las nuevas tecnologías: Informe mundial sobre la educación. Santillana /UNESCO, Madrid.

Wenger, E.,1998. Communities of practice: Learning, meaning and identity. Cambridge University Press, UK.