

Gestión de la Economía Colaborativa

Carla Patricia Ordaz Picón, Claudia Leticia Díaz González, Raquel Alatorre Herrera,
Gómez Negrete Guadalupe de Jesús

Departamento de Ciencias Económico Administrativas, Tecnológico Nacional de México/ Instituto Tecnológico de León.
Av. Tecnológico S/N, Fraccionamiento Industrial Julián de Obregón, León Gto.

Resumen

En este artículo se busca poner en perspectiva que para que la innovación se desarrolle, los grupos de trabajo deben identificarse como grupos de interés, así mismo deben cuidarse para que su dinámica se mantenga activa y en constante cambio a fin de que las organizaciones puedan formar parte de ecosistemas innovadores, en virtud de que han logrado identificar la importancia de contar con una economía colaborativa, así como evidenciar la relevancia que tiene aceptarla como una realidad y gestionarla, lo que permite anticipar estrategias de tipo administrativo.

En este sentido se revisan necesidades sociales y de pertenencia, que son inherentes a las personas, pues es en ellas donde puede explicarse la interacción de los subgrupos al interior de estos y con otros, encontrando similitudes entre una forma de agrupación arcaica y la manera como las personas se agrupan actualmente.

Por lo que la evaluación a la forma en se integra el trabajo será mejor evaluada en la medida que el grupo se ve retroalimentado, cuidado y gestionado.

Abstract

This article seeks to put into perspective that for innovation to develop, work groups must identify themselves as interest groups, likewise they must take care of themselves so that their dynamics remain active and constantly changing so that organizations can form part of innovative ecosystems, by virtue of the fact that they have managed to identify the importance of having a collaborative economy, as well as to demonstrate the relevance of accepting it as a reality and managing it, which allows anticipating administrative strategies.

In this sense, social and belonging needs are reviewed, which are inherent to people, since it is in them where the interaction of subgroups within them and with others can be explained.

finding similarities between an archaic form of grouping and the way people group together today.

Therefore, the evaluation of the way in which the work is integrated will be better evaluated to the extent that the group receives feedback, care and management.

Palabras Clave: talento humano, capital humano, capital intelectual, innovación, modelo Intellectus, tribus

Keywords: human talent, human capital, intellectual capital, innovation, Intellectus model, tribe

1. INTRODUCCIÓN

La innovación parece el ingrediente mágico que le dará impulso a las organizaciones, sin embargo no es magia, algunos autores la conciben (Valdez, 2002) como “la aplicación de ideas y pensamientos creativos realizadas por mentes desafiantes y visionarias”, mientras que para (Varela V, 2008) “La innovación establece las ventajas competitivas y, por ello, es el alma de todo el proceso empresarial”, (Pervaiz K, 2012) sugiere que “es una característica inherente a la sociedad humana”, mientras que (Goñi Zavala, 2012) “representa una transformación de lo intelectual y del conocimiento, pues solo así se puede convertir en la estructura central de cualquier organización”.

(La Real Academia, 2023) considera que es la “Creación o modificación de un producto, y su introducción en un mercado”; por lo que será importante considerar desde que temática es definido el concepto así como la

forma que se ha ido modificando naturalmente en el tiempo, siendo entonces el Manual (OECD, 2018) quien la define como “un nuevo o mejorado producto o proceso (o una combinación de ambos), que difiere significativamente de los productos o procesos previos de la unidad institucional y que ha sido puesto a disposición de potenciales personas usuarias (producto) o implementado en la unidad institucional (proceso).”, lo que implica que el concepto abarca todas las áreas organizacionales que inciden en el producto, proceso o servicio, en este sentido es destacable que el índice Mundial de Innovación (Dutta, S., Lanvin, B., Rivera, L., Wunsch, S. end V., 2022) muestre tendencias de como la actual pandemia de COVID 19 ha frenado el aumento de la productividad, sin duda la limitada convivencia ha dejado consecuencias, lo que pone de manifiesto, la necesidad de que las personas compartan sus talentos pues son los generadores de la productividad e innovación que se desarrolla en las organizaciones y a su vez hace que se gestione a estas.

Gestión Estratégica de las Personas

Las personas son el elemento necesario que permite la generación de conocimiento e irremediamente innovación dentro de las organizaciones, los conceptos anteriores refieren a cambios que son posibles gracias a las personas, su conocimiento y disposición para colaborar.

Ahora bien, las personas sin duda han sido pieza clave en las cuatro revoluciones Industriales, la primera Revolución industrial en el siglo XIX con el surgimiento de las máquinas de vapor y el ferrocarril, además de la abundante mano de obra y cambios en la estructura social, la segunda Revolución Industrial a principios del siglo XX con la aparición del motor de combustión, propiciando la generación de automóviles e inventos como el teléfono, la tercera Revolución Industrial situada aproximadamente en los años setenta del siglo XX marcada por el avance de las tecnologías y finalmente la cuarta Revolución Industrial, de donde surge el concepto Industria 4.0, el cual se basa en la toma de decisiones inteligentes y ejecuta tareas en ambientes cambiantes, pues procesa volúmenes de datos gracias a sistemas computacionales (Joyanes, 2018).

Estos cambios revolucionarios se han producido gracias a la participación de las personas, a los conocimientos y procesos creativos que ellas mismas desarrollan o en los que se ven inmersos, producto del trabajo en equipo; lo que hace surgir la pregunta ¿Cómo se gestiona a las personas? para lograr organizarlas con sus innumerables diferencias, saberes e intereses particulares.

(Cuesta S, 2017) Considera tres elementos en la gestión estratégica, que facilitan la gestión; el primero es considerar a los recursos humanos como elemento decisivo en la competitividad organizacional, segundo la manera como se gestionan el recurso humano y tercero la coherencia entre la gestión de personas y la estrategia organizacional, que en términos generales las personas son el centro de estos elementos propuestos.

Ahora bien, la palabra estrategia ha sido usada desde muchos años atrás, primero con aplicaciones militares, posteriormente aplicando a lo político, religioso, económico, etc., ahora se aplica en el ámbito empresarial para referir a un plan para lograr una meta, (Porter, 2007) es la creación de una posición única y valiosa en el mercado.

Actualmente la estrategia es un procedimiento usado ampliamente para la toma de decisiones, permite maniobrar frente a determinados ambientes y escenarios, mediante el análisis del entorno, con el fin de alcanzar objetivos claramente definidos.

Pero la gestión de personas involucra la transformación organizacional en ecosistemas (Zuluaga, 2020), explica como un fenómeno que ocurre constantemente, en el cual las interacciones deben cuidarse constantemente para evitar un desequilibrio, que pueda poner en peligro la supervivencia de una empresa, pues la identificación de grupos de interés no solo permite alinear personas, sino que también facilita la identificación de líderes que puedan administrar a dichos grupos.

Entonces se vuelve vital retomar el factor humano, para identificar a los subgrupos que se forman en las organizaciones, sus características, razones por las que se encuentran colaborando con el grupo, mismas que están relacionadas naturalmente con la vida laboral, pero que también cubre otro tipo de motivaciones personales de los participantes e identificarlas puede facilitar una apropiada interacción entre las diferentes sub-agrupaciones.

Lo anterior lleva a buscar la Jerarquía de necesidades humanas (Maslow H, 1991), quien identifica las necesidades de orden menor o físicas básicas: Protección y seguridad; en el orden superior: las necesidades sociales y de pertenencia, estima y estatus y las de autorrealización y satisfacción, justo es en este orden superior, donde se identifica la necesidad de pertenecer y que se satisface por mucho en el trabajo más aún se cubre la necesidad de protección, pues los grupos arrojan a sus integrantes tal como ha sucedido desde siempre, entendiendo que las personas también se agrupan para sentirse parte del grupo y que la interacción entre grupos puede verse afectada o beneficiada según los intereses de estos.

La teoría de la “Jerarquía de Necesidades Humanas” (Chiavenato, 2017), la motivación surge de las necesidades, que originan el comportamiento y; postula que el conjunto de factores estimulantes, dirigen las acciones y las conductas de los seres humanos.

Las Necesidades fisiológicas:

Constituyen la primera prioridad del individuo y se encuentran relacionadas con su supervivencia. Dentro de éstas encontramos, entre otras, necesidades como la homeóstasis (esfuerzo del organismo por mantener un estado normal y constante de riego sanguíneo), la alimentación, el saciar la sed, el mantenimiento de una temperatura corporal adecuada, descanso; también se encuentran necesidades de otro tipo como la maternidad, hacer necesidades fisiológicas.

Necesidades de seguridad:

Busca la creación y mantenimiento de un estado de orden y seguridad. Dentro de estas encontramos la necesidad de estabilidad, la detener orden, tener protección, abrigo, ausencia de peligro, seguridad laboral, salud, de percibir un sueldo y un retiro entre otras. Estas necesidades se relacionan con el temor de los individuos a perder el control de su vida, están íntimamente ligadas al miedo, a lo desconocido y a la anarquía.

Necesidades sociales:

Una vez satisfechas las necesidades fisiológicas y de seguridad, la motivación se da por las necesidades sociales. Estas tienen relación con la necesidad de compañía del ser humano, con su aspecto afectivo y su participación social. Dentro de estas necesidades tenemos la de comunicarse con otras personas, la de establecer amistad con ellas, la de manifestar y recibir afecto, la de vivir en comunidad, esto es pertenecer a un grupo y sentirse adentro y aceptado, entre otras situaciones.

Necesidades de Autoestima:

Conocidas como las necesidades del ego o del reconocimiento. En este grupo radica en la necesidad de toda persona de sentirse apreciado, tener prestigio, respeto por uno mismo y ser respetado por los demás, a destacar dentro de su grupo social, de igual manera se incluye en la autovaloración y la confianza en uno mismo.

Necesidades de autorrealización:

También conocidas como de superación o auto actualización, que se convierten en el ideal para cada individuo. En este nivel el ser humano requiere trascender, dejar huella, realizar su propia obra, desarrollar su talento al máximo logrando el éxito personal.

Las tres necesidades de Mc Clelland (MFG, 2023), Sostienen que el desempeño de una persona variará de acuerdo con la Inclinación de uno o dos factores de necesidades, de los tres esenciales.

1. “Logro”

Los trabajadores que tienen como prioridad el logro, se fijan objetivos difíciles que les suponga asumir retos, arriesgándose a cumplir metas, aunque conlleven un gran trabajo, dedicación, esfuerzo y sacrificio. Les gusta recibir retroalimentación sobre su trabajo, evolución y resultados dentro de la empresa, les agrada trabajar de manera conjunta.

2. Afiliación “Pertenencia”

En esta necesidad la prioridad es formar grupo y trabajar en equipo, se caracterizan por ser personas que les gusta trabajar de forma cooperativa, en lugar de competitiva. Suelen ser complacientes con el equipo, es decir, prevalece su necesidad de pertenecer al grupo, antes de que sus opiniones sean tenidas en cuenta. No se fija como objetivo asumir grandes riesgos y prefieren trabajar de manera colaborativa y grupal.

3. “Poder”

Hay necesidad de dominar y querer tener controlado, sobre todo aquello que está a su alrededor. Son personas competitivas que ansían el poder, y éste creen obtenerlo ganando a los demás. Consideran que el poder les proporcionará reconocimiento dentro del equipo y estatus dentro de la empresa, su necesidad a satisfacer son las ganas de destacar sobre los demás.

Otro modelo de la teoría de la motivación es el de Los 2 Factores de Herzberg (Chiavenato, 2017), el cual menciona que existen factores motivadores que son los que determinan el mayor o menor grado de satisfacción en el trabajo y están relacionados con el contenido del trabajo:

1. Factores higiénicos que son las condiciones de trabajo que rodean a la persona como: las instalaciones, condiciones físicas, el salario, prestaciones sociales, políticas de la organización, estilo de liderazgo, el clima laboral, las relaciones entre líder y empleado, reglamentos internos, oportunidades de crecimiento, la relación con los colegas. Estos son los factores utilizados tradicionalmente por las organizaciones, sin embargo, tienen una capacidad limitada para influir en la gente, ya que están relacionados con lo externo del individuo, cumpliendo necesidades primarias.

- Factores motivacionales se refieren al perfil del puesto y actividades relacionadas con él, ya que produce una satisfacción duradera y aumenta la productividad a niveles de excelencia, aumentando la satisfacción de las personas, siendo estos como el uso pleno de las habilidades personales, libertad para decidir cómo ejecutar el trabajo, responsabilidad total por el trabajo, definición de metas y objetivos relacionados y la percepción de como realiza el trabajo, la autoevaluación. Formando parte de necesidades secundarias de orden superior. Y que indudablemente empujan la realización de tareas conjuntas y aceleran el trabajo colaborativo, pues es el grupo quien les apoya a cumplir con las metas planeadas en las organizaciones de las cuales obtendrán ganancias en lo individual y grupal.

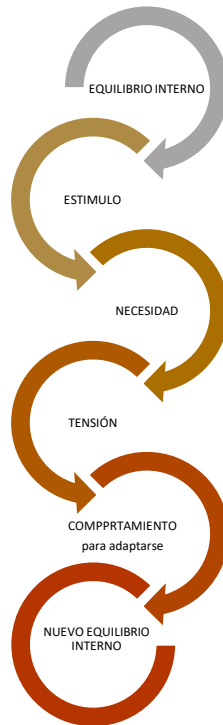


Figura 1. Ciclo Motivacional para la satisfacción de la vida y el trabajo, fuente del autor

Importancia del trabajo Colaborativo

“Facilita la consecución de objetivos a largo plazo, al permitir que los continuos aportes individuales avancen libremente hacia la meta” (Grupo Editorial, 2021).

Cooperación: "es el proceso de trabajar juntos". En su forma más sencilla, significa que se trabaje juntos y en armonía. Es la alternativa a trabajar separadamente y en competencia.

Colaboración: "es un proceso interactivo donde dos o más personas, unidades, o empresas, de manera conjunta tienen unos objetivos compartidos", por ejemplo, una actividad intelectual que es creativa por naturaleza y lo hacen compartiendo conocimiento, aprendizaje y construcción de consensos.

Existen diferencias entre los conceptos de cooperación y colaboración:

- Cooperar: se requiere una confianza mínima, y puede producirse una asimetría en los esfuerzos, o en los resultados obtenidos, se termina la cooperación por designación.

2. Colaborar: cada parte aporta recursos suficientes y diferentes para lograr un objetivo común. Se busca la complementariedad de competencias entre los miembros, para obtener la efectividad; que significa hacer lo que toca, para lograr resultados de mayor valor agregado que el que se lograría por separado. Hay mucho mayor relación de dependencia y confianza.

(ADP, 2023), Elementos indispensables para un trabajo colaborativo en equipo: la comunicación, coordinación, la complementariedad, la confianza y el compromiso.

(Valdellon, 2021) La colaboración empresarial empieza en la cultura, no en las herramientas, el número de herramientas para la colaboración empresarial creció rápidamente. Sin embargo, no es una solución fácil de usar para una organización que espera que el trabajo en equipo sea eficaz inmediatamente. Ahora con el uso de la tecnología que apoya la red de comunicaciones y por ende apoya la colaboración, no puede provocar cambios por sí sola. Tiene que darse un cambio simultáneo en la cultura interna. Dicho cambio no se produce de la noche a la mañana. Tiene que ser algo con lo que la organización trabaje todos los días en los procesos que pone en marcha y en las políticas que aplica.

Una forma de avanzar hacia la colaboración empresarial es hacer que los equipos se acostumbren a compartir información en una plataforma de colaboración, que dé pie al debate y el intercambio de archivos sin perderse entre el correo electrónico, permitiendo avanzar poco a poco, para que los empleados compartan de forma voluntaria sus cargas de trabajo, comenten las prácticas recomendadas e incluso atraigan a otras personas a sus proyectos para la colaboración entre equipos. Sin embargo, una vez que algo tan sencillo como el hábito de compartir la información se arraiga en la cultura de la empresa, es más fácil crear procesos para una colaboración más amplia entre equipos de la empresa.

En este sentido y a medida que el tiempo avanza, las personas se han enfrentado al reto de equilibrar la vida personal y profesional, frente a un ritmo de crecimiento y evolución que se ha vuelto voraz, consumiendo el tiempo de las personas en sus centros de trabajo y se ha vuelto casi imposible desconectarse del trabajo, las demandas de los colaboradores, la necesidad de lo inmediato desgasta a los líderes, (De Anca, C; Aragón S., 2015) consideran que en una “economía colaborativa” a esta descripción le llaman “comportamiento tribal” y, propone enfocarlo hacia nuevos modelos de negocio.

La economía colaborativa también llamada (consumo colaborativo), “es un modelo económico en el que, fundamentalmente, los usuarios se aprovechan de las nuevas tecnologías para prestar, comprar, vender, compartir o alquilar bienes y servicios” (Santander.com, 2015), lo que a todas luces requiere de la colaboración de personas y la multidisciplinariedad en los saberes, que además ya no requiere de la presencialidad como componentes necesarios para innovar, pues las diferencias son las que suman aparentemente, sin embargo, la necesidad de estar en contacto con lo humano no puede dejar de considerarse, por ser una de las necesidades esenciales de las personas.

El sociólogo francés (Maffesoli, 1990), en su libro el Tiempo de las Tribus, las define como el “constante vaivén que se establece entre la masificación creciente y el desarrollo de los microgrupos”, lo que permite entender que hay un proceso de formación y transformación de grupos, que se identifican a sí mismos como integrantes de algo y que puede ser poco permanentes, pero que es defendido de forma territorial, como las tribus de ataño.

(De Anca, C; Aragón S., 2015), identifican siete diferencias entre las nuevas tribus y las tribus antiguas, desde los aspectos de Apertura, Interconexión, Coorganización, Colaboración, Permanencia y Pertenencia y Formación.

Tabla 1. Diferencias entre Tribus antiguas y modernas Fuente propia basada en Anca (2015)

Aspecto	Antigua tribu	Nueva tribu
Apertura	Cerradas para proteger a los miembros	Son abiertas, el uso de tecnologías las facilita y dinamiza, por ejemplo, la tribu de consumidores de moda
Interconexión	Escaso contacto con otras	Las tecnologías impactadas en las redes sociales facilitan la pertenencia a más de una.
Coorganización	Existía una jerarquía y obediencia al líder	Crean reglas y estrategias que convengan al colectivo
Colaboración	Básicamente se mantenían confrontadas con otras tribus	Es una estrategia
Permanencia	Permanente	Temporal
Pertenencia	Se basada en el nacimiento dentro la tribu	Es voluntaria
Formación	Sobre la base de homogeneidad	Por un interés o propósito

En la tabla 1 se puede identificar aspectos básicos que caracterizan a las tribus y la manera como se han ido modificando estos elementos, pero que en esencia siguen reflejando un agrupamiento básico.

2. METODOLOGÍA

Se planteó como un tipo de estudio exploratorio y descriptivo con el fin de conocer el comportamiento del indicador relacionado con la dimensión del Capital humano.

Se adaptaron los indicadores, atendiendo la dimensión de Capital Humano y el Capital relacional del modelo Intellectus, (Bueno, E., Del Real, H., Fenández, P., Longo, M., Merino, C., Murcia, C., Salvador, M., 2011), en búsqueda de información que permitiera identificar acciones encaminadas a la innovación y como el capital humano se relaciona con estas, por lo que se construyeron dos instrumentos, uno dirigido a la empresa y otro dirigido al personal, mismos que incluyen preguntas que permiten conocer la perspectiva de las personas como empleados y de las personas fungiendo como directivos.

Se aplicaron los instrumentos de donde se construyó una base de datos, obtenida a partir de una investigación iniciada en 2019 denominada “Estudio y análisis del impacto de la formación científica y tecnológica en el Estado de Guanajuato desde la perspectiva de la teoría del capital humano y la gestión del conocimiento” (Díaz, González, C., Ordaz, Picón, C., Estrada, Tolentino, K. , 2019) .

Los resultados presentados en este artículo solo se consideran una parte de la dimensión de Capital Humano, así como la observación de los grupos participantes.

El tamaño de muestra se obtuvo a partir de la estratificación, con el siguiente modelo del autor (Triola, 2020)

$$n = p * (z/e)^2$$

Donde:

n= Tamaño de muestra

p= Éxito

q= Fracaso

z= Nivel de confianza

e= Error permitido

Considerando que al 90% de confiabilidad se consideran 69 instrumentos aplicados y también se utilizó la técnica de observación en los colaboradores de la empresa.

Para responder a la pregunta: ¿Cómo se gestiona a las personas para lograr organizarlas con sus innumerables diferencias, saberes e intereses particulares?

3. RESULTADOS

Los grupos de trabajo dentro de las organizaciones funciona a partir de sub- agrupaciones, derivadas de las diferentes tareas que les corresponda realizar en base a sus funciones, por lo que se preguntó respecto a cómo evaluaban la manera como se va integrando y supervisando el trabajo, los resultados se presentan en la gráfica de la (figura 2).



Figura 2. Evaluación a la forma como se integra y supervisa el trabajo
Fuente: El autor (2023)

En el proceso de análisis de datos se encontró que 71% lo encuentra de bueno a excelente, lo que indica que la manera como son organizados se alinea a las expectativas del grupo en un porcentaje que se puede calificar como aceptable, sin embargo, existe un 29% que no se siente cómodo con la manera en que es organizado.

Para profundizar respecto a la manera como están organizados, se preguntó ¿Cómo se dan a conocer las propuestas de mejora?, pues reflejan en buena medida la manera como gestionan y comunican los grupos de trabajo, es decir que recursos tecnológicos, innovadores o tradicionales son usados por los líderes, (figura 3).

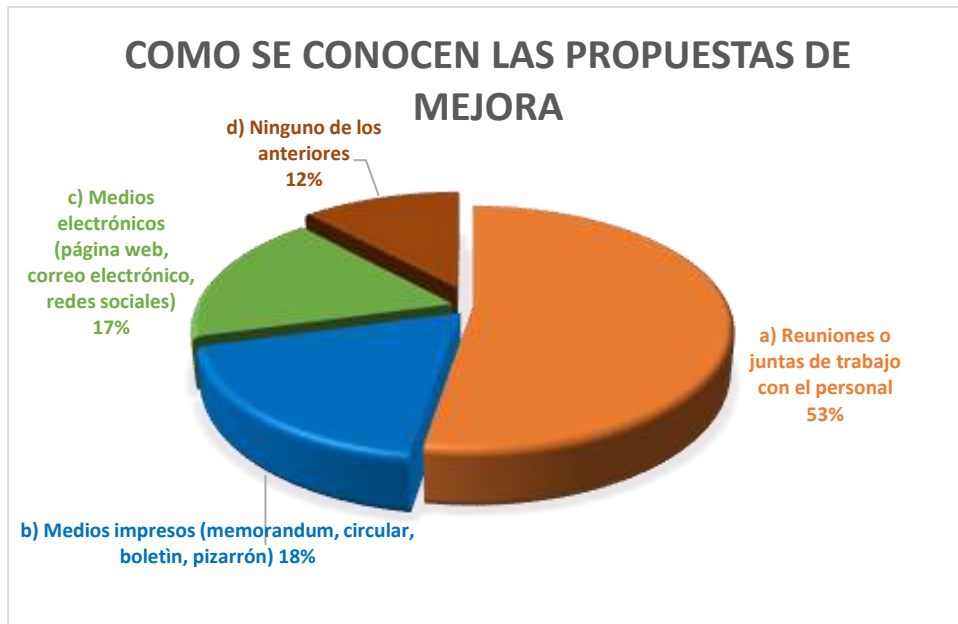


Figura 3. Forma como se dan a conocer las propuestas de mejora
Fuente: El autor (2022)

Los resultados muestran que solo el 17% usa tecnología o innovación para tal fin, siendo un 71% de los encuestados los que trabajan de manera tradicional y desafortunadamente un 12% que no usa mecanismos para dar a conocer las propuestas de mejora, lo que implica que a las personas les agrada participar en reuniones de trabajo, probablemente y según lo expuesto en este documento se puede explicar desde la perspectiva de que se puede retroalimentar con el grupo e identificar metas comunes que facilitan la asociación y alimentan la necesidad de pertenecer.

La edad sin duda es una variable que tiene impacto en la manera como se van desarrollando las agrupaciones, y que le da sentido al trabajo futuro de esta investigación.

4. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Desde el punto de vista de las respuestas aportadas por la muestra se puede observar, por un lado, que el 71% los colaboradores califican de bueno a excelente la forma de cómo se integra el trabajo y solo el (9%) consideran deficiente la integración laboral; lo que coincide con el 71% de los empleados que es informado de las mejoras mediante mecanismos tradicionales, como juntas y medios impresos, mostrando la importancia que sigue teniendo en la interacción de las personas; la incorporación de tecnología puede ser bien aceptada, cuando no se percibe que se intente desplazar la interacción humana, lo que apoya la idea anteriormente expuesta.

El reto entonces es saber identificar los tipos de sub- agrupaciones que dan vida a la economía colaborativa al interior de las empresas.

Las necesidades sociales y de pertenencia, estima y estatus así como las de autorrealización y satisfacción se siguen viendo reflejadas en la conformación de grupos de trabajo, es evidente que hay diferencias en la forma como se dan las condiciones para que estos subgrupos se formen, es decir cómo se da su apertura o disposición para incorporar elementos nuevos, cómo se relacionan entre ellas, cómo conviven al interior, que las mantiene vigentes, que las mantienen vivas, cómo se van integrado los elementos al subgrupo y el objetivo que las lleva a formarse, pero esencialmente existen las mismas características, aunque quizá más sofisticadas.

Tipos de sub- agrupaciones identificadas en las MIPyMES

1. En el proceso de observación, se aprecian agrupaciones con amplias características operativas pues trabajan bien con pocos integrantes, conocen los lineamientos o procedimientos con mucho detalle, pero se vuelven incapaces de buscar nuevas formas de ejecutar la tarea, por lo que aplican los mismos métodos por años, son localistas, no ponen atención a los factores externos que puedan hacer crecer su empresa y a ellos mismos, descuidan temas de actualidad como la innovación o la gestión del conocimiento y, tampoco entienden la parte financiera.
2. Se identifican también un grupo enfocado en el aspecto económico y cuentan con una visión corta de la empresa, buscan reducir los gastos, la inversión en el talento humano no les representa ningún beneficio capitalizable.
3. Existen otro tipo de subgrupo, que podría ser más moderno, el cual busca la inclusión de todos los integrantes de la organización, desarrollan estrategia que les permita en el largo plazo hacer crecer a la empresa para la que trabajan, pero este grupo no es reconocido por las otras sub agrupaciones, más bien representa en el grupo una amenaza, pues no estrechan lazos con los grupos tradicionales o “tribus” y esto impide desarrollar empatía con los grupos operativos.
4. Existe un grupo totalmente estratégico, es decir están enfocados en la cadena de valor, las alianzas comerciales, cuentan con habilidades de oratoria por lo que empatizan con facilidad, pero no puede ser liderar a toda su empresa, pues tampoco se identifican con los grupos operativos.
5. Se asoma incipientemente una sub- agrupación que podrían llamarse disruptivas o 4.0, pues usan y se les facilita el manejo de la tecnología por lo que su pensamiento es abierto, sus integrantes buscan experimentar acciones novedosas, pero se le dificulta la convivencia con grupos tradicionales lo que impide que sus ideas sean apoyadas, por los grupos de corte tradicional razón por la que se dispersan en la dinámica organizacional.

En este contexto se vuelve imprescindible el pensamiento estratégico que permita que las sub- agrupaciones o tribus de la organización puedan convivir y mejor aún interactuar entre ellas, pues cada una representa un conocimiento y una parte importante de las organizaciones, que pueden detonar procesos creativos capaces de escalar una organizaciones a niveles de mercado competitivos sin importar, si lo que ofertan son productos o servicios, lo que lleva a identificar a las tribus organizacionales como grupos de interés, que requieren atención, liderazgo entrenado, con el manejo de factores motivacionales que cubran necesidades tanto de orden básico, como de orden superior, que faciliten las condiciones idóneas, para fortalecer el trabajo

colaborativo de los grupos y subgrupos que se forman e interactúan en la organización, trabajando en conjunto hacia las metas establecidas, por medio de las estrategias y objetivos medibles y alcanzables, que les hagan sentir a todos los colaboradores tanto internos y externos, la pertinencia, la integración de información confiable y segura y al alcance, de manera que puedan compartir documentación y prácticas colaborativas, en pro de una mejora continua, que les aporte mayores beneficios tanto en el desempeño y en la satisfacción laboral.

REFERENCIAS

- [1] ADP, R. (2023). Las 5C de trabajo en equipo. (ADP, Ed.) Recuperado el 23 de junio de 2023, de <https://www.apd.es/las-5-c-del-trabajo-en-equipo/>
- [2] Andrew, S. (2021). Build Instructions for Windows. Recuperado el 15 de 06 de 2021, de <https://github.com/simonfuhrmann/mve/wiki/Build-Instructions-for-Windows>
- [3] Bueno, E., Del Real, H., Fenández, P., Longo, M., Merino, C., Murcia, C., Salvador, M. (2011). Modelo Intellectus: Medición y Gestión del Capital Intelectual. Madrid: IADE.
- [4] Chiavenato, I. (2017). Comportamiento Organizacional, La dinámica del éxito en las organizaciones (Vol. Tercera edición). Sao Paulo, Brasil: MCGRAW-HILL INTERAMERICANA EDITORES, S.A. de C.V.
- [5] Cuesta S, M. (2017). Gestión del Talento humano y del conocimiento. Bogotá: ECOE.
- [6] De Anca, C; Aragón S. (2015). Reinventar la empresa en la era digital. España: BBVA. Obtenido de <https://www.bbvaopenmind.com/libros/reinventar-la-empresa-en-la-era-digital/>
- [7] Díaz, González, C., Ordaz, Picón, C., Estrada, Tolentino, K. . (2019). Estudio y análisis del impacto de la formación científica y tecnológica en el Estado de Guanajuato desde la perspectiva de la teoría del capital humano y la gestión del conocimiento. León: TNM.
- [8] Goñí Zavala, J. (2012). Mente Factura el Cambio del Modelo Productivo. Diaz de Santos.
- [9] Grupo Editorial, e. (2021). Trabajo Colaborativo. (G. E. etece, Editor) Recuperado el 22 de junio de 2023, de <https://concepto.de/trabajo-colaborativo/#ixzz85TTbbq6P>
- [10] Joyanes, L. (2018). Industria 4.0 la Cuarta Revolución Industrial. México: Alfaomega.
- [11] La Real Academia, E. (2023). Diccionario de la Real Lengua Española (vigésimotercera ed.). Madrid: ASALE. Recuperado el junio de 2023, de <https://dle.rae.es/innovaci%C3%B3n>
- [12] Maffesoli, M. (1990). El tiempo de las tribus. Barcelona: ICARIA.
- [13] Maslow H, A. (1991). Motivación y personalidad. Madrid: Días de Santos.
- [14] OECD, E. (2018). Oslo Manual (4 th. ed.). doi:<https://www.oecd.org/science/oslo-manual-2018-9789264304604-en.htm>
- [15] Pervaiz K, S. C. (2012). Administración de la Innovación. México: Pearson.
- [16] Porter, M. (2007). Estrategia Competitiva. Grupo Patria. doi:https://www.academia.edu/24621661/ESTRATEGIA_COMPETITIVA_T%C3%A9cnicas_para_el_an%C3%A1lisis_de_los_sector_es_y_de_la_competencia
- [17] Triola, M. F. (2020). Estadística. México: Pearson.
- [18] Valdellon, L. (11 de mayo de 2021). Colaboración empresarial: Por qué es necesaria y cómo se puede mejorar. Wike. Recuperado el 23 de junio de 2023, de <https://www.wrike.com/es/blog/colaboracion-empresarial-por-que-es-necesaria-y-como-se-puede-mejorar/#Por-qu%C3%A9-es-importante-la-colaboraci%C3%B3n-empresarial>
- [19] Valdez, L. B. (2002). La innovación: La revolución empresarial del siglo XXI. Colombia: NORMA.
- [20] Varela V, R. (2008). Innovación Empresarial, arte y ciencia en la creación de empresas. México: Pearson .
- [21] Villatoro, P. (07 de Septiembre de 2015). Cómo entender el ecosistema de emprendimiento e inversión en México. Recuperado el 22 de Enero de 2016, de <http://www.forbes.com.mx>.
- [22] Zuluaga, S. (2020). Renueva el talento en tu empresa. E.U.: Grupo Planeta.

Correo de autor de correspondencia: carla.ordaz@leon.tecnm.mx