

Resumen ponencia nº 87

LA CAPACIDAD DE ABSORCIÓN DEL CONOCIMIENTO EXTERNO EN LAS EMPRESAS DE LA INDUSTRIA DE BALDOSAS CERÁMICAS Y SU RELACIÓN CON LA ESTRATEGIA EMPRESARIAL

M^a José Oltra Mestre

Cristina García Palao

M^a Luisa Flor Peris

Departamento de Administración de Empresas y Marketing

Universitat Jaume I

España

Palabras clave: Estrategia empresarial, capacidad de absorción del conocimiento externo, empresa cerámica

Resumen

El concepto de capacidad de absorción ha sido definido como la habilidad para reconocer el valor de la información nueva, externa a la empresa, asimilarla y aplicarla con fines comerciales. La absorción de conocimiento externo constituye uno de los procesos de aprendizaje fundamentales en la empresa, en tanto en cuanto puede reforzar, complementar o reorientar su base de conocimientos. Consecuentemente, desarrollar y mantener la capacidad de absorción resultará crítico para la supervivencia a largo plazo de cualquier organización.

Dado que los tipos de conocimiento que se adquiere del exterior y la manera en que éstos se asimilan y se aplican serán diferentes en cada compañía, en este trabajo nos proponemos examinar en qué medida la capacidad de absorción del conocimiento externo varía dependiendo de la estrategia que sigue una empresa. En concreto, planteamos que la estrategia de una empresa juega un papel importante a la hora de determinar qué áreas de conocimiento son valiosas, cómo deberían integrarse el nuevo conocimiento con el existente y en qué áreas debería aplicarse el nuevo conocimiento.

Para describir las estrategias que siguen las empresas, nos apoyamos en la tipología de Miles y Snow (1978), que constituye uno de los marcos principales de estrategia en la literatura sobre dirección estratégica. Miles y Snow (1978) identificaron cuatro grandes orientaciones estratégicas: exploradoras, defensoras, analizadoras y reactivas. Las empresas exploradoras se caracterizan por liderar el cambio en sus industrias y buscar continuamente nuevos productos y mercados. Las empresas defensoras se sitúan en el extremo opuesto, centrándose en la

eficiencia. Las analizadoras tienden a ocupar una posición intermedia entre exploradoras y defensoras, mientras que las reactivas no muestran un comportamiento consistente y reaccionan cuando las presiones del entorno las fuerzan a ello.

La información ha sido obtenida a partir de una muestra compuesta por 81 empresas españolas fabricantes de pavimentos y revestimientos cerámicos. Los resultados muestran que la capacidad de adquirir, transformar y explotar conocimiento es mayor en las empresas exploradoras, que persiguen desarrollar continuamente nuevos productos y mercados, frente a las defensoras y analizadoras. Sin embargo, no detectamos diferencias en la capacidad de asimilación del conocimiento en los tipos de estrategia identificados. Ello podría explicarse por las características de la industria, con una elevada concentración geográfica, lo que sugiere que, en el marco de relaciones estables creadas con los clientes y demás fuerzas del entorno, la habilidad para asimilar el conocimiento transmitido por éstos será elevada para todas las empresas. En conjunto, los resultados anteriores nos sugieren la necesidad de profundizar en el carácter complementario y de refuerzo mutuo que las dimensiones de la capacidad de absorción deben tener.