

RESUMEN

El conocimiento y su gestión se han convertido en los propulsores de ideas que han generado importantes cambios en las compañías que deciden apostarle a una adecuada gestión del conocimiento. XM S.A. E.S.P. es una empresa filial del grupo ISA, especializada en la planeación, el diseño, la optimización, la puesta en servicio, la operación y el gerenciamiento de sistemas transaccionales, o plataformas tecnológicas, que involucran el intercambio de información con valor agregado en los sectores eléctrico, financiero y de tránsito y transporte (XM, 2014)¹. El trabajo de grado del que trata este documento tiene como propósito comparar los indicadores de gestión del conocimiento definidos por XM con los objetivos estratégicos establecidos en la misma empresa. Un proceso adecuado de gestión del conocimiento debe estar concebido desde la planeación estratégica y debe establecer indicadores que, efectivamente, permitan apuntarle a los objetivos e ir midiendo y controlando el avance en el logro de los mismos, pues la importancia de contar con indicadores adecuados radica en que, a través del proceso de medición de atributos, no solo se logra verificar el cumplimiento de metas, sino también explicar y analizar el desarrollo de los procesos y proponer acciones de mejora a los mismos. Para lograr tanto el objetivo propuesto con este trabajo de grado como el establecer conceptos fundamentales que sirvieran de marco de referencia al análisis realizado, se analizaron diferentes referencias bibliográficas relacionadas con planeación estratégica, indicadores y gestión del conocimiento. Así mismo, se diseñaron instrumentos de medición, tales como entrevistas y encuestas, que arrojaron la información necesaria para establecer comparaciones directas y relaciones causa-efecto, y así encontrar que todos los indicadores definidos en XM para la gestión del aprendizaje² apuntan a uno o más de los objetivos estratégicos establecidos por la compañía en este tema. Sin embargo, el objetivo estratégico: “fortalecimiento de la capacidad de innovación”, no parece tener una relación tan evidente con los indicadores definidos por XM a la fecha de realización de este trabajo de grado. En tal sentido, fueron propuestos algunos indicadores que le apuntan al

¹ Para mayor información consultar: <http://www.xm.com.co/Pages/Home.aspx>

² Nombre con el cual es conocida la gestión del conocimiento en XM. Las razones para esta denominación serán expuestas posteriormente al interior de este trabajo de grado.

logro de este objetivo estratégico, teniendo en cuenta la condición actual de XM en cuanto a la introducción de la innovación en la compañía.

Palabras clave: conocimiento, gestión de conocimiento, planeación estratégica, indicadores.

ABSTRACT

Knowledge and its management have become ideas thrusters that have generated significant changes in those companies that choose to bet on a proper knowledge management. XM SA ESP, is a subsidiary of ISA group, specialized in planning, design, optimization, commissioning, operation and management of technology platforms or transactional systems, involving the exchange of information with value added in the electricity, financial and transit and transportation sector (XM, 2014). This dissertation is intended to compare knowledge management indicators defined by XM against strategic objectives set by the same company. A proper knowledge management process should be designed from strategic planning and should establish indicators that can actually take aim at the targets and control and measure progress in achieving them. The importance of appropriate indicators is that measuring attributes' process is not only useful to verify achieved goals, but also to explain and analyze the development of processes and propose improvement actions for them. To achieve the main objective of this dissertation, different references related to strategic planning, indicators and knowledge management were analyzed in order to establish fundamental concepts as a framework to the analysis made. Measuring instruments, such as interviews and surveys, were also designed to get the needed information to make direct comparisons and cause-effect relationships, to conclude that all the indicators defined for the learning management are pointing to one or more of the strategic objectives set by the company on this issue. However, the strategic objective: Strengthening innovation capacity seems not to have such an obvious relation with the indicators defined by XM until the date of completion of this dissertation. In this sense, they were proposed some indicators that aim to achieve this strategic objective, given the current condition of XM regarding the introduction of innovation in the company.

Keywords: knowledge, knowledge management, strategic planning, indicators.