

## **Acercamientos a un eficiente flujo de conocimiento dentro y entre clusters peruanos**

**Alonso Rodríguez Ortega**

El flujo de conocimiento entre clusters (entendido como la transmisión de conocimiento entre empresas a través de canales formales o informales) es importante para el desarrollo tecnológico y humano de los diferentes sectores industriales y, consecuentemente, del país que los contiene.

En el Perú, es cada vez más común escuchar a diferentes especialistas resaltando las virtudes de los clusters peruanos. Si bien es cierto que clusters como el de ropa en Gamarra o el de muebles en Villa el Salvador tienen determinada presencia en la economía nacional, es fundamental apuntar algunas de sus limitaciones (presentes, en realidad, en la mayoría de ellas), para contribuir a su continuo desarrollo

*La primera limitación* está relacionada a la competitividad de los clusters peruanos, pues a pesar de que estos emplean gran cantidad de mano de obra y agregan valor, en alguna medida, estos clusters no son competitivos a nivel global. Por ejemplo, cuando se piensa en ropa o en muebles, es fácil observar que no existe ninguna marca peruana que compita con fuerza en el mercado de América Latina y menos aún en el mercado global. Lo que existe son proveedoras de importantes marcas extranjeras, las cuales tercerizan su producción en mercados con alguna *expertise* productiva y con mano de obra barata. Dicho de otro forma, con excepción del cluster gastronómico, el Perú no cuenta con clusters competitivos.

*La segunda limitación* se refiere a la falta de un flujo de conocimiento constante que posibilite el surgimiento de innovación de clase mundial. Sin conocimiento fluyendo dentro de los clusters y entre los clusters difícilmente podrá competir con clusters de otros países. El conocimiento que debe fluir no solamente es el conocimiento tácito, sino también el conocimiento explícito. Sin embargo, se observa que los clusters nacionales (volviendo a

exceptuar el cluster gastronómico) realizan pocos esfuerzos para que el conocimiento pueda fluir de forma constante.

Ante esta problemática surgen interrogantes respecto a la naturaleza de aquellos canales que permiten el flujo de conocimiento dentro una cluster o entre varios de ellos, así como sobre el proceso de formación de los propios clusters.

Para intentar resolver estas interrogantes, nos remitiremos al estudio "**Clusters and knowledge: local buzz, global pipelines and the process of knowledge creation**" (**Clusters y conocimiento: el murmullo local y los canales globales en el proceso de creación de conocimiento**), realizado por los investigadores Harald Bathelt, Anders Malmberg y Peter Maskell en un artículo publicado en el la revista científica "Progress in Human Geography". En este estudio los autores explican la importancia del flujo de conocimiento dentro de los clusters, y su relación con otras comunidades en un plano local, regional y hasta global.

Los clusters están formados por varias empresas de rubros parecidos, lo cual implica que la coordinación necesaria para la existencia de estas comunidades no se limita solamente a la relación que estas tengan con otras comunidades, sino que además internamente deben estar bien organizadas para que su función captadora y difusora de conocimiento se realice con la mayor eficacia posible.

Sin embargo, este proceso se da con frecuencia sin una correcta orientación, por lo que, a partir de los apuntes que realiza el estudio de Bathelt *et al.* (2004), realizaremos algunas sugerencias, que se describirán más adelante, respecto a los lineamientos que las empresas y las entidades gubernamentales de nuestro país deberían tomar en cuenta para mantener un óptimo desarrollo en estos procesos de transmisión de conocimientos.

En ese sentido, debemos comenzar precisando que para que una empresa pueda formar parte de un cluster que se relaciona a distintos niveles (local, regional o global), es necesario que dicha empresa esté bien organizada internamente, pues de lo contrario la información que pueda llegar a dicha comunidad podría no ser aprovechada al máximo por algunos elementos ineficientes dentro de la organización.

Así, dentro de una empresa bien constituida pueden encontrarse una clara misión y visión, canales de comunicación interna eficientes, manejo de planes de contingencia, proyectos a mediano-largo plazo, entre otros factores cuya ausencia podría perjudicar incluso la captación de conocimientos por parte de las demás empresas que conforman dicho cluster.

Del mismo modo, la información proveniente de una comunidad que posea elementos defectuosos conocidos (que, de algún modo, podría volver defectuoso al cluster entero) podría ser menospreciada por las demás comunidades debido a una baja calidad informativa comprobada.

Asimismo, una repetitiva difusión de conocimientos defectuosos por parte de un determinado cluster podría generar un prejuicio que implicaría un rezago en el desarrollo a nivel tecnológico y humano por parte de dichas comunidades cuyo desempeño está por debajo de los estándares globales.

Luego de aclarar estas condiciones, la investigación promovida por la revista científica "Progress in Human Geography" pasa a describir los medios por dónde se transmite el conocimiento entre organizaciones empresariales, con el objetivo de resaltar una problemática y sugerir un mecanismo de trabajo más óptimo respecto a estos menesteres.

Es así que al inicio de este ensayo planteamos que el flujo de conocimiento se entiende como la transmisión de este valor entre empresas a través de medios formales o informales.

En primer lugar, cuando hablamos de medios formales nos referimos a canales globales de conocimientos (**global pipelines of knowledge**), que son en realidad los canales de contacto entre los clusters en distintos niveles (local, regional o global) a través del intercambio comercial de bienes y servicios, o incluso, mediante la organización de eventos exclusivamente planificados para la confrontación de experiencias empresariales.

En segundo lugar, nos referimos a medios informales cuando hablamos del murmullo local (**local buzz**), es decir, de aquellos procesos de comunicación interpersonal que se dan dentro de una misma empresa o dentro de una misma comunidad empresarial, sin necesidad de que esto sea planificado, sino como producto del intercambio cotidiano de ideas que podrían considerarse de algún valor para su difusión y aplicación al contexto de otras comunidades.

Luego de reconocer estos factores, los autores del estudio determinaron que la mayoría de las comunidades empresariales, sean del nivel que sean, tienden a extremar sus relaciones de difusión de conocimiento ya sea en el plano formal como en el informal.

Esto quiere decir que en ocasiones las clusters no logran llegar a un equilibrio entre medios formales e informales, sino que se inclinan hacia una de las dos partes, incluso si consiguen mantener una integración considerable por parte del conjunto eficiente de empresas que la conforman. En ese contexto, lo ideal sería la mantención de una presencia mesurada en

ambos medios. De esa forma, si una empresa o comunidad se concentra mayoritariamente en la promoción del murmullo local, a través del desarrollo de la confraternidad entre sus miembros o entre los miembros de las empresas que conforman la comunidad, y deja de lado el contacto con los canales globales, entonces dicha empresa o comunidad, a pesar de una eventual producción de conocimientos de alta calidad a nivel local, quedaría rezagada frente a la producción de conocimientos a nivel global, y no contaría con el respaldo de las comunidades internacionales, factor que en mundo globalizado actual es muy importante para mantener el flujo de inversiones de una empresa.

Por otra parte, si los clusters enfocan toda su atención en captar los conocimientos provenientes de comunidades empresariales externas, entonces estos clusters perderán credibilidad al momento que decidan presentar algún proyecto a la comunidad empresarial internacional, debido a la falta de experiencia o especialización.

Además, si un cluster no posee un 'local buzz' reforzado entonces será incapaz de procesar correctamente la información proveniente de clusters externos, la cual estaría generada dentro de un contexto específico, muchas veces distinto al del cluster que la adquiere, por lo que un proceso de adaptación de dicho conocimiento a la realidad particular de cada comunidad empresarial es necesario para el correcto desempeño de la organización, y requerirá de procesos cognitivos entrenados y especializados por parte de las clusters en este aspecto.

Ante esta problemática, el estudio se orienta a proponer la mantención de un equilibrio entre la utilización de ambos medios, con el objetivo de que los clusters mantengan una presencia en el flujo constante de información por parte de comunidades empresariales externas, pero al mismo tiempo teniendo un murmullo local alturado, que permita generar nuevos conocimientos, sirva de filtro a los conocimientos nuevos provenientes del exterior, y funcione como ente adaptador o contextualizador de la información procedente de clusters en todos los niveles geográficos posibles.

Sin embargo, el Instituto Peruano de Competitividad decidió ir un paso más allá, y plantear algunos lineamientos específicos para el caso peruano, en el cual observamos que si bien hay una marcada intencionalidad de abrir mercados externos, no existe una orientación concreta respecto al desarrollo del flujo interno de conocimientos.

Con el fin de fortalecer su presencia entre los clusters externos, los clusters locales de Perú, entre las que destacan los clusters como el de ropa en Gamarra o el de muebles en Villa el Salvador, deberán fomentar la distribución interna de conocimientos a nivel local y regional, sea esto de manera formal o informal, que permita a mediano-largo plazo, que

estos conocimientos puedan fluir de forma dinámica, bajo la premisa de que una óptima asimilación e interpretación de la información proveniente de clusters hermanas mejorará su competitividad.

En ese sentido, se reconoce que la principal fuente de conocimientos empresariales de cualquier país proviene de las Universidades e Institutos Superiores. Es así que el gobierno debería percatarse de la necesidad de que los alumnos de los últimos ciclos de las diversas carreras referidas a los negocios puedan poner en práctica sus conocimientos en situaciones reales en diversos negocios locales ubicados en zonas marginales, como parte de la currícula universitaria.

De esa manera, los proyectos que los alumnos universitarios realizan como parte de algún curso de los últimos ciclos y que quedan como simples ejercicios teóricos que se pierden muchas veces luego de calificado el trabajo, podrían ser adaptados e implementados en negocios locales que requieran apoyo administrativo, logístico, organizativo o de cualquier índole teórico-empresarial a través de la coordinación entre una Comisión especializada por parte del Estado y las entidades universitarias competentes.

Esta coordinación permitirá la designación de grupos de trabajo universitario interdisciplinarios que se encarguen de generar, adaptar e implementar proyectos de desarrollo empresarial a negocios locales previamente determinados por la Comisión especializada, con el objetivo de filtrar a aquellos negocios que tengan la proyección y los requisitos necesarios para aplicar este proceso de intercambio de conocimiento.

En dicho proceso los universitarios no sólo asistirían de manera inmediata las necesidades empresariales del negocio designado, sino que deberán lograr que los conocimientos sean transmitidos a los dueños de dichos negocios, con el objetivo de que este proceso contribuya a generar un flujo de conocimiento constante entre diversos negocios.

Todo esto, por supuesto, bajo la supervisión de los docentes encargados del curso, quienes deberán, además, participar directamente de este proceso de intercambio de conocimientos, pues ellos son los que mantienen la mayor cantidad y calidad en las investigaciones, por lo que su intervención debe ser considerada como fundamental para procurar la precisión y profundidad en los temas que se traten.

La formación y aplicación de proyectos a nivel universitario en negocios incipientes o de proyección local, especialmente dentro de un contexto socialmente marginal, permitirán que ambas partes del proceso se beneficien, pues por un lado dichas empresas estarían

recibiendo asesoramiento gratuito por parte de colaboradores capacitados, y por el otro, los alumnos universitarios podrían poner a prueba sus conocimientos teóricos.

De esa manera, puede ser posible contribuir con el aumento de la competitividad de los clusters nacionales, logrando el equilibrio que los autores de la investigación en la que se basa el presente ensayo proponen como ideal para el eficiente desarrollo de los negocios locales y regionales, no tan apegados a un exclusivo murmullo local ni a una total volcadura a la absorción de información proveniente de líneas de abastecimiento globales.