

INNOVACIÓN Y GESTIÓN DE CONOCIMIENTO EN LOS PROCESOS DE INVESTIGACIÓN EN LAS ORGANIZACIONES

Ph. D. Juan J. Sarell G. Universidad Central de Venezuela. Caracas, Venezuela.
Telf.: (0412).977.70.95. E-mail: jjsarell@yahoo.com

Subtema 3: La innovación en Investigación y Desarrollo

RESUMEN

La investigación representa la herramienta principal para adquirir conocimientos y justo la gestión del conocimiento representa la herramienta esencial para su productividad. Esta gestión de conocimiento tiene su acción como fuente generadora de procesos de innovación en las organizaciones. Bajo un enfoque exploratorio, se analizaron los enfoques teóricos de diversos autores como Nagles (2007), Robayo Acuña (2016), Del Moral y otros (2007), Molero (2016), Hidalgo (2011), Koulopoulos y Frappolo (2001), entre otros, enfatizando la función y la relación de los procesos de investigación con la innovación y la gestión de conocimiento. Después de pasear conceptualmente por la innovación y la gestión de conocimiento hasta llegar a los principios de estos en el proceso de investigación en las organizaciones, se obtuvo como conclusión que, para obtener éxito, la gestión de innovación y la gestión de conocimiento deben trabajar en la competencia de los individuos. Adicionalmente, la obtención de éxito en la gestión de la innovación en una investigación implica generar una cultura relacionada con la innovación que permita a las organizaciones identificar los factores clave que caracterizan dicho proceso.

Palabras clave: Gestión del Conocimiento, Innovación, Transferencia del Conocimiento, Productividad, Investigación.

ABSTRACT

Research represents the main source of knowledge and just knowledge management is the essential tool for its productivity. This knowledge management has its action as a source of innovation processes in organizations. We analyzed the theoretical approaches of several authors such as Nagles (2007), Robayo Acuña (2016), Del Moral and others (2007), Molero (2016), Hidalgo (2011), Koulopoulos and Frappolo (2001), among others, emphasizing the function and the relationship of the research processes with innovation and knowledge management. After taking a conceptual walk through innovation and knowledge management until reaching the principles of these in the research process, the main conclusion was reached that, in order to obtain success in the research processes, Innovation management and knowledge management must work in the competence of individuals. Additionally, an organizational culture associated with fostering the key factors that characterize these research processes must be created.

Key words: Knowledge Management, Innovation, Knowledge Transfer, Productivity, Research.

INTRODUCCION

Cuando Porter (1993) afirmaba que la competitividad de una nación depende de la capacidad para innovar y mejorar, resulta básico fijar la atención en cómo los procesos de innovación son gestionados en una organización, pues la existencia por sí sola de estos factores no produce valor. Los procesos de innovación en las organizaciones deben ofrecer una respuesta tanto a lo complejo de los mercados como a las oportunidades existentes en la actualidad. Así, en un proceso de investigación, la innovación es uno de los motores fundamentales de las organizaciones y es útil cuando se vive en un mundo cargado de procesos tecnológicos, donde la globalización, la tecnología y la comunicación promueven cambios estructurales en las organizaciones y contribuyen a difundir el producto de la Sociedad de la Información y del Conocimiento.

En este sentido, las organizaciones, independientemente de su naturaleza jurídica, tamaño o sector de la economía, realizan investigaciones con la finalidad de identificar mejores prácticas que puedan ser aprehendidas por otras empresas o, por el contrario, para poder identificar situaciones específicas que puedan ser punto de partida para la formulación de modelos y estrategias de gestión organizacional. Es aquí donde intervienen los procesos de investigación, los cuales deben estar orientados a la contextualización, adaptación, asimilación y producción de conocimiento en desarrollo de organizaciones y gestión del factor humano, gestión de mercados, gestión financiera, gestión de producción e innovación tecnológica, y gestión y negociación internacional (Martínez Fajardo, 1997)

Tomando esto en cuenta, esta investigación trata de exponer algunas características de la innovación y la gestión de conocimiento en procesos de investigación en organizaciones, tomando como base algunas exposiciones de investigaciones conceptuales en la literatura consultada, además de algunas consideraciones de estos procesos en nuestro país, todo ello con el fin de tener éxito en la aplicación de los mismos procesos.

La Innovación

El concepto de innovación ha tenido varias significaciones a través del tiempo. En los años cincuenta era considerado como el resultado de investigadores aislados, y en la actualidad se ha transformado en un proceso en red orientado a la resolución de problemas que tiene su ocurrencia primaria en el mercado, lo cual implica el aprendizaje desde diferentes formas (Lengrand y Chartrie, 1999). Para Amabile (1996), la innovación es la producción de lo nuevo y las ideas nuevas por sujetos trabajando en equipo. Por su parte, De la Torre y Barrios (2000, p. 77), desde una perspectiva docente, proponen una definición de innovación únicamente centrada en la implementación o adopción de cambios específicos en ideas, materiales o prácticas con miras al crecimiento personal e institucional.

A todas estas, en el Manual de Oslo (OCDE, 2005), la innovación es definida como la introducción de un nuevo, o significativamente mejorado, producto (bien o servicio), de un proceso, de un nuevo método organizativo o de comercialización, en las prácticas internas de la empresa, la organización del lugar del trabajo o las relaciones exteriores. De igual manera, establece diferencias entre innovaciones de producto, proceso, mercadotecnia y organizacional, las cuales se detallan en la Tabla N° 1.

Tabla N° 1. Innovación desde diferentes perspectivas.

La innovación de producto	La innovación de proceso	La innovación de mercadotecnia	La innovación de organización
creación de nuevos productos o servicios, o en la mejora de las características, prestaciones y calidad de los existentes	introducción de nuevos procesos de producción o la modificación de los existentes, y su objetivo principal es la reducción de costos.	aplicación de un nuevo método de comercialización que implique cambios significativos del diseño o el envasado de un producto, su posicionamiento, su promoción o su tarificación	introducción de un nuevo método organizativo en las prácticas, la organización del lugar del trabajo o las relaciones exteriores de la empresa

Fuente: OCDE (2005)

Ahora bien, considerando la innovación en términos estratégicos, Porter (1993) señalaba que la innovación incluye no solo nuevas tecnologías, sino también nuevos métodos y formas de hacerlas cosas que hasta pudieran parecer irrelevantes. No obstante, Ramírez *et al.* (2012) introducen que la innovación es un proceso mediante el cual la sociedad extrae del conocimiento beneficios sociales y económicos.

Gestión de la Innovación como Proceso

Cuando se fija como indicador de una empresa innovadora a sus resultados finales, es probable que no se tenga en cuenta a las actividades o los procesos por los que debió pasar internamente para obtener esos resultados (Anderson *et al.*, 2014), es decir, que no dé referencia a los procesos de investigación. Ante esto, es posible que las transformaciones de estos procesos hayan generado nuevos mecanismos de competencia entre las empresas que reorientan su trayectoria tecnológica y no se hayan percatado de ello (Hernández y Sánchez, 2003).

Así, las organizaciones incorporan acciones inclinadas a gestionar procesos de innovación, a fin de que puedan adquirir mayor capacidad de adaptación y, sobre todo, a la posibilidad de anticipar y provocar rupturas que las autoricen para renovar sus ventajas competitivas en el momento oportuno (Hidalgo, 2011). Esto está asociado a la gestión que logre desarrollar la organización frente al cambio, ya que este provoca diferentes efectos sobre el sector y los resultados obtenidos dependerán de su capacidad de innovación y a la forma en que han sido incorporadas las competencias organizacionales, productivas y tecnológicas en los

procesos de innovación (Hernández y Sánchez, 2003). La innovación requiere una concientización constante y disposición de toda la organización, hacia la consecución de mayor eficiencia que le permita transferir las nuevas ideas hacia los productos y servicios, y distribuirlos entre los nuevos clientes (Hidalgo, 2011).

Tal como lo menciona Senge (2005, p. 12), “las organizaciones que cobrarán relevancia en el futuro serán las que descubran cómo aprovechar el entusiasmo y la capacidad de aprendizaje de la gente en todos los niveles de la organización”. Análogamente lo afirman Khazanchi *et al.* (2007), la formulación de una estrategia y el desarrollo de una visión cuyo objetivo sea la innovación no son efectivos, si la organización continúa operando con sistemas rígidos de planificación, áreas funcionales incomunicadas, ausencia de equipos multifuncionales, múltiples niveles de aprobación, mecanismos de control y sistemas de recompensa inadecuados. En consecuencia, la gestión de la innovación puede adoptar un enfoque global que contemple aspectos como el liderazgo, el aprendizaje, la cultura organizacional, la estructura, la medición o el seguimiento de los resultados, la vigilancia o inteligencia competitiva, el establecimiento de redes de cooperación y alianzas, la definición de una estrategia de innovación, los recursos humanos, entre otros (Robayo Acuña, 2016).

Gestión del Conocimiento e Innovación en las Organizaciones

La gestión del conocimiento es un proceso lógico, organizado y sistemático para producir, transferir y aplicar en situaciones concretas una combinación armónica de saberes, valores, información contextual y apreciaciones que proporcionan un marco para su evaluación e incorporación de nuevas experiencias e información (Davenport y Prusak, 2001). Desde esta perspectiva, Nagles (2007) induce que la innovación requiere desarrollar tres acciones fundamentales, los cuales pueden ser apreciados en la Tabla N° 2:

Tabla N° 2. Acciones fundamentales de innovación.

identificar las oportunidades de innovación	identificar conocimientos relevantes	identificar y comprender los problemas
explorar en forma sistemática en el entorno, observando y recopilando información sobre: tendencias, necesidades y demandas insatisfechas; segmentos de mercado no atendidos por la competencia; tecnologías de procesos o productos emergentes; avances y desarrollos de la ciencia, cambios sociales, culturales o demográficos y desarrollos y tendencias del sector o industria, entre otras	optimizar y aprovechar la curva de aprendizaje alcanzada y desarrollar competencias entendidas como la combinación armónica de conocimientos, experiencias, habilidades, aptitudes y actitudes que posibiliten la generación de productos, procesos, servicios y sistemas de gestión creativos e innovadores que respondan a las oportunidades de innovación que ofrece el entorno empresarial	dificultades y desafíos que enfrentan las personas, las organizaciones y la sociedad, de manera que esto sea el punto de partida de las acciones innovadoras, para producir y entregar al mercado productos y servicios nuevos o mejorados y diseñar y desarrollar nuevos procesos y sistemas de gestión que optimicen el uso de los recursos y capacidades de las organizaciones y de la sociedad en general

Fuente: Nagles (2007)

En la misma línea de aportes de Nagles (2007), los conocimientos que se generan y apropian a través de procesos de innovación presentan dificultades para ser integrados a las acciones y actividades cotidianas de los procesos de investigación en una organización. Un aspecto fundamental en la explotación del conocimiento, corresponde a la utilización de este en la generación de procesos de innovación de manera sistemática. Esto permite desplegar el potencial del conocimiento como fuente generadora de ventajas competitivas sostenibles que aseguren la viabilidad y perdurabilidad de la empresa. No obstante, en la gestión de conocimiento, se debe pensar en erradicar las barreras para la integración del conocimiento y fomentar un eficaz proceso de transferencia del conocimiento, citados en la Figura N° 1.

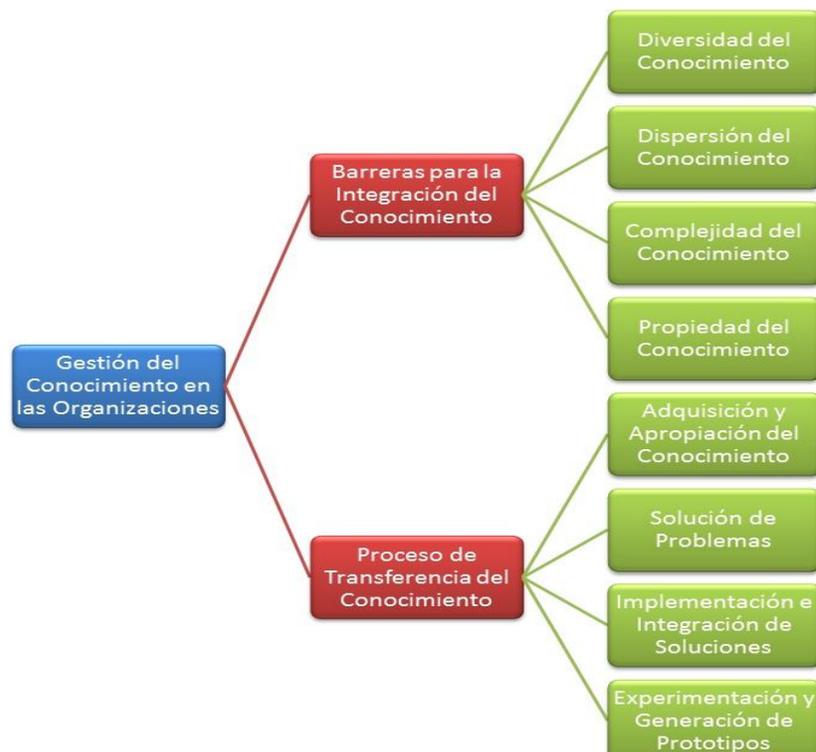


Figura N° 1. Gestión del Conocimiento en las Organizaciones. (Fuente: *Doz et al., 2007*)

El despliegue de una estrategia de gestión del conocimiento enfrenta diversos tipos de barreras que deben ser reconocidas y valoradas para generar acciones que permitan superarlas de manera eficaz. *Doz et al. (2007)* establecen cuatro barreras para la integración del conocimiento a las actividades empresariales, que corresponden a:

- diversidad del conocimiento: requiere de una efectiva gestión para lograr estructurar la gran variedad de conocimientos que se utilizan en las diferentes acciones y actividades ejecutadas en la elaboración de productos o en la prestación de servicios para atender a las necesidades de los consumidores,
- dispersión del conocimiento: a fin de hacer útil el conocimiento, es necesario clasificarlo y hacerlo accesible para todas las personas de manera que

contribuya al proceso de agregar valor a los productos y servicios que la empresa ofrece a los consumidores,

- complejidad del conocimiento: se origina en la necesidad de asociarlo a un contexto específico durante el proceso de interpretación, con el fin de transformarlo y facilitar así su aplicación en contextos diferentes, y
- propiedad del conocimiento: su dominio y posesión se encuentra en diferentes actores, lo que requiere generar redes de cooperación y colaboración que permitan compartir los conocimientos producidos por cada uno de los integrantes del equipo.

A fin de asegurar que la gestión del conocimiento actúe como fuente de innovación en las organizaciones, es necesario, según Doz *et al.* (2007), desarrollar la capacidad de realizar procesos de transferencia de manera efectiva. Todo ello orientado a mejorar los procesos de investigación en las organizaciones. Para ello, se debe actuar en los siguientes puntos:

- adquisición y apropiación de conocimientos: tiene como propósito establecer los conocimientos que son necesarios en la empresa para asegurar un desempeño competitivo que garantice su viabilidad.
- generación de opciones de solución a los posibles problemas que afecten la estrategia de gestión del conocimiento: es necesario anticipar las dificultades potenciales que impidan un normal desarrollo de la estrategia de negocio de la organización.
- elección de los mecanismos de implementación de alternativas de solución y su respectiva integración a la estrategia de gestión de conocimiento: es necesario para asegurar que la estrategia de negocio garantice la viabilidad y sostenibilidad de la organización.
- experimentación y generación de prototipos: permiten a la organización mantener una acción innovadora permanente para desarrollar nuevos productos y servicios o realizar modificaciones a los actuales, de manera que se adapten y respondan en forma efectiva a los problemas y dificultades de los clientes y consumidores.

Gestión del Conocimiento como Fuente de Innovación

El despliegue de la innovación en los procesos de investigación en las organizaciones requiere comprender los recursos y capacidades disponibles y las formas de aplicarlos en la generación de alternativas de solución a los problemas y dificultades que enfrentan las personas y la sociedad. Desde esta concepción, Valhondo (2004) distingue que la gestión del conocimiento persigue maximizar el valor de una organización, ayudando a su personal a innovar y a adaptarse al cambio, creando vínculos lo suficientemente fuertes con los clientes como para que estos permanezcan fieles a la organización.



Figura N° 2. Gestión del Conocimiento como Fuente de Innovación en los Procesos de Investigación. (Fuente: *Doz et al.*, 2007)

La gestión del conocimiento como fuente de innovación comprende cuatro elementos esenciales, representados en la Figura N° 2, y explicados a continuación:

- La producción de nuevo conocimiento: incluye el descubrimiento de los nuevos principios que afectan la actividad empresarial; la exploración y búsqueda de fuentes generadoras de nuevos conocimientos en el ámbito de actuación de la empresa y la creación de nuevos conocimientos que permitan explotar la curva de aprendizaje, a fin de potenciar nuevos desarrollos que faciliten la optimización de los conocimientos de la actividad empresarial.
- La organización del conocimiento disponible: pretende desarrollar la capacidad de la empresa para sistematizar los conocimientos disponibles y los nuevos producidos, de tal forma que puedan ser ordenados y estructurados con base en criterios compartidos por los miembros de la empresa. Así, se pretende generar condiciones para la armonización del conocimiento, así como, localizar, de una manera efectiva, los diversos tipos de conocimiento, sus utilidades y aplicaciones actuales.
- La adaptación del conocimiento: se prepara los depósitos de conocimiento que aseguren la transferencia y aplicación en las actividades cotidianas de la empresa. Según Von Krogh *et al.* (2001), tiene como finalidad liberar el potencial del conocimiento de una organización para dar origen a acciones de creación de valor.
- La innovación: la gestión del conocimiento actúa como fuente generadora de acciones y actividades innovadoras en la organización. Para Lewin y Massini (2004), las organizaciones innovadoras han desarrollado, retenido y

reproducido la innovación y rutinas de creación de conocimiento que dependen de procesos de aprendizaje y rutinas específicas que es difícil imitar y se constituyen en fuentes de ventaja estratégica.

Desde la innovación, para Del Moral *et al.* (2007), poner el conocimiento de la organización a disposición de las personas que lo requieren, en el lugar donde se necesita y en el momento adecuado para asegurar la efectividad de los procesos de innovación.

OBJETIVOS

Ubicado en el espacio de innovación y gestión de conocimiento en las organizaciones dentro de sus procesos de investigación, esta investigación tiene como objetivo principal:

- Especificar las características de la innovación y la gestión de conocimiento para obtener éxito en los procesos de investigación en organizaciones.

Para llegar a este objetivo principal, se plasmaron los siguientes objetivos específicos.

- Mencionar las características de la innovación en las organizaciones.
- Describir los fundamentos de la gestión del conocimiento como fuente de innovación en los procesos de investigación en las organizaciones.
- Exponer las características de la productividad en la gestión del conocimiento en las universidades venezolanas.
- Presentar las características de la innovación como medio de subsistencia en las organizaciones venezolanas.

MATERIALES Y MÉTODOS

Este proceso investigativo se desarrolló con un enfoque exploratorio que buscó especificar las características de la innovación y la gestión de conocimiento en procesos de investigación en organizaciones empresariales.

El mismo se desarrolló bajo un enfoque cualitativo-descriptivo, en el cual, en primera instancia, se inició con la revisión de la literatura referente a la temática de innovación, gestión de conocimiento y proceso de investigación. Después de hacer consulta de diferentes de textos consultados, tanto a manera electrónica como a manera presencial, es decir, con libros impresos, se procedió a realizar ejecutar el análisis de contenido. Gracias a este método, se pudo describir elementos comunes y determinar la importancia sobre el tema evaluado.

Principios de la Gestión del Conocimiento a Considerar en los Procesos de Investigación

En los procesos investigativos de las organizaciones se crea, se procesa y se

difunde conocimiento. Molero *et al.* (2016) insisten en que es necesario tener presente los siguientes principios de la gestión del conocimiento, para una mejor organización de los procesos de investigación organizacionales.

Tabla N° 3. Principios en la Gestión del Conocimiento en los Principios de Investigación.

Trabajo en Equipo	Tecnología de la Información y Comunicación	Cultura organizacional	Incentivo
se toma en cuenta: tener una visión compartida para canalizar los esfuerzos individuales y ofrecer a sus integrantes un sentido de pertenencia, disponer de canales o medios de comunicación eficientes con la capacidad de compartir información	la tecnología es una necesidad para poder compartir conocimiento, pero no es la única solución, ya que debe ser considerada como una herramienta que facilita la Gestión del Conocimiento	crear una cultura de apertura a la generación y colaboración de conocimiento cuando una organización asume y práctica su filosofía de gestión en colectivo adquiere vida propia y genera en sus actores identificación integral en todas las funciones que en ella se cumplen	tiene relación con las estrategias o mecanismos que se ponen en acción para promover la actuación de los sujetos a quienes afecta en una dirección determinada o para causar la inhibición de un comportamiento

Fuente: Molero *et al.* (2016)

Para que estos procesos de investigación organizacionales sean productivos, su dinámica se orienta en sentidos diferentes (Toro, 2001). Cuando se enmarca en el rendimiento organizacional, se consideran los aspectos económicos, administrativos, tecnológicos; en cambio, cuando se mide desde el punto de vista individual, se evalúan los conocimientos, habilidades, motivaciones, intereses, expectativas, liderazgo y comunicación. Para Tarapuez *et al.* (2012), el análisis de la actividad innovadora exitosa en un proceso de investigación organizacional puede contener cinco elementos básicos para su aplicación:

- Una gestión proactiva con autonomía, habilidad administrativa y cumpliendo su filosofía de gestión con valores implícitos aplicados por todos.
- Utilizar mecanismos de relación para generar y promocionar el conocimiento con el objeto de lograr la formación continua.
- Una base diversificada de ingresos, es decir, múltiples fuentes que generan ingresos.
- Personal implicado en las diversas funciones de investigación y extensión, trabajando de manera cohesionada para lograr los propósitos de la organización.
- Una cultura innovadora integrada con estrategias creativas que reconozca lo que es esencial y permita generar productividad en las organizaciones.

Incremento de la Productividad de la Investigación en las Universidades

Cuando se realiza un proceso de investigación en el campo universitario, se sugiere que estas organizaciones educativas se apoyen de manera que los investigadores

sean el centro de atención, ya que su talento humano puede que incremente su capital intelectual. En este contexto, las organizaciones universitarias deben centrar su funcionamiento mediante las funciones básicas: docencia, investigación y extensión, las cuales deben conducir su acción de manera armónica y relacionada, con el objeto de lograr conocimientos, aprendizaje, desarrollo tecnológico e innovación. Esto producirá espacios con una comunicación abierta y fluida, que propicie la construcción de saberes, desarrollando así verdaderas organizaciones de aprendizaje. Barrios (1990) había adelantado que la productividad en la investigación es la relación entre lo físicamente producido y lo invertido en bienes, como: equipos, instalaciones y personal para realizar un determinado producto o servicio.

En un entorno cambiante y altamente complejo, las universidades juegan un papel preponderante y protagónico, en cuanto a la formación del recurso humano que requiere la sociedad, para lograr cambios y así dar respuestas a sus comunidades. Por medio de sus investigaciones, se hace necesaria la implantación de nuevos enfoques direccionados al incremento de la productividad, mediante una gestión del conocimiento que contribuya permanentemente con la generación, creación y transferencia del mismo. En este sentido, Koulopoulos y Frappolo (2001), expresan que a nivel mundial existen constantes transformaciones en tecnologías, sistemas, procesos, productos, y tendencias, generados por las condiciones de globalización y competitividad, que imponen la apertura de procesos innovadoras en las instituciones y organizaciones. Esto compone otras formas de desarrollo, centradas en la generación del conocimiento, producto de investigaciones interdisciplinarias y trabajo colectivo.

No importa si las organizaciones son educativas o no, sean públicas o privadas, en todas ellas la creación de conocimiento debe ser ajustadas mediante el uso de las nuevas Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) y a través del desarrollo de competencias (Sarell, 2017). Los actores adquieren el desarrollo de competencias básicas para la búsqueda de información y la socialización del conocimiento, con el objeto de lograr su conversión para codificarlo, difundirlo y transferirlo por la organización para su transformación y aplicación (Mirabal, 2015). En este contexto, Peluffo y Catalán (2002) señalan que la gestión del conocimiento responde a un proceso relacionado con la gestión por competencia y el desarrollo de las TIC para crear ventajas competitivas, orientadas o centradas en el conocimiento y el aprendizaje.

De acuerdo con el Manual de Oslo, la obtención de nuevo conocimiento se realiza mediante una o varias de las actividades señaladas en la Figura N° 3. Así, identificar las actividades de innovación que realiza una organización, sobre todo cuando realiza procesos de investigación, toma gran importancia, ya que modifican continuamente las perspectivas para la aparición de nuevas actividades industriales. Para Hernández y Sánchez (2003), las transformaciones generan nuevos mecanismos de competencia entre las empresas que modifican las condiciones estructurales de un sector, debido a patrones diferentes en la propensión a innovar que condiciona el ritmo de evolución y crecimiento económico de los sectores de la

economía.

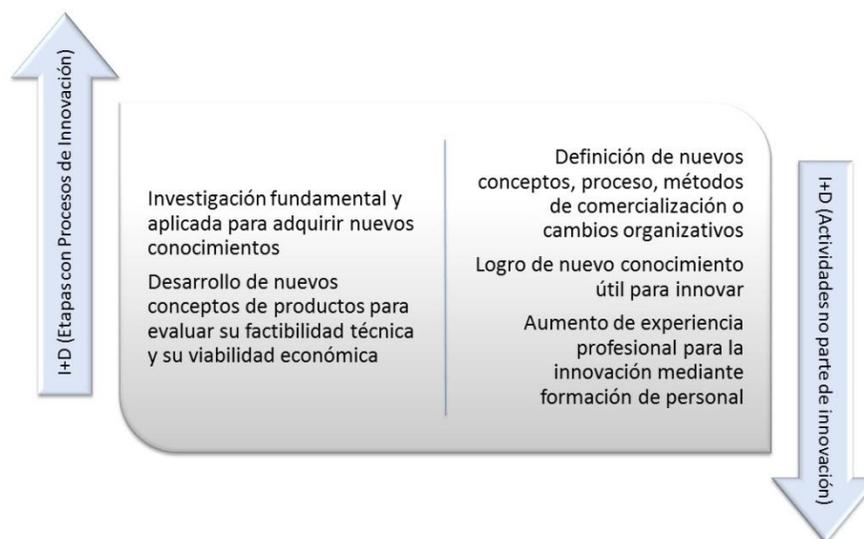


Figura N° 3. Actividades para la obtención de nuevo conocimiento de acuerdo con el Manual de Oslo (Fuente: Robayo Acuña, 2016)

La Innovación como Medio de Subsistencia en Venezuela

Ante estas ideas, surge una reflexión del autor donde manifiesta que Venezuela sigue siendo tierra fértil para que las organizaciones prosperen y tengan éxito, a pesar de la situación que se vive en estos momentos. El cierre de grandes empresas ha permitido el surgimiento de un “tejido” de pequeños y medianos comerciantes innovadores que suplen cierta variedad de productos y servicios. El investigador venezolano debe reinventarse, evaluar el entorno, ver cómo está funcionando el mercado, quiénes son clientes, dónde está la competencia y, sobre todo, cómo es el producto o servicio hoy día.

Al evaluar la realidad, al investigador le toca ver las oportunidades y posibilidades. Para ello debe evaluar los puntos en la Tabla N° 4.

Tabla N° 4. Oportunidades y Posibilidades en el Proceso de Investigación de las Organizaciones.

Revisar la inversión	Productos	Nuevos Canales	Comunicación constante
Los costos, principalmente los pequeños o más insignificantes deben revisarse, ya que pueden ser una fuente importante de ahorro para la investigación	Si el producto o servicio es esencial, ya se tiene una ventaja, sino, se debería considerar la ampliación del campo de acción	La red es una herramienta muy útil para ampliar los canales de comunicación	El uso de canales de mensajería, redes sociales y blogs es indispensable. Es rápido, económico y relativamente fácil

Fuente: Elaboración Propia.

En realidad, es difícil encontrar alguna organización que siga fehacientemente algún modelo de gestión de la innovación. Cada organización genera su propia manera de gestionar su innovación, de hacer sus propios procesos de investigación. Lo importante es tratar de comprender y sistematizar un proceso de innovación para facilitar la labor del investigador en la búsqueda de mejores resultados, considerando siempre al proceso de innovación como un elemento transversal a toda la organización y que, por tanto, debe ser diseñado y gestionado de forma específica de acuerdo con características y particularidades de la organización para la cual se labora.

CONCLUSIONES

Por lo desarrollado en esta investigación, se puede afirmar que la innovación en un proceso de investigación organizacional debe darse como un proceso debido a que posibilita combinar capacidades técnicas, financieras, comerciales y administrativas, además permite el lanzamiento al mercado de nuevos y mejorados productos o procesos. Como se citó anteriormente, el principal objetivo de la gestión del conocimiento es dinamizar los procesos de innovación de manera que se promuevan investigaciones y actividades que permitan generar soluciones novedosas y creativas. En consecuencia, si se dinamizan la gestión del conocimiento, el proceso de investigación será más robusto.

Para lograrlo, de acuerdo a Molero (2016), la gestión del conocimiento debe focalizar su acción en: el desarrollo de nuevos productos, servicios y procesos para mejorar el desempeño competitivo; la generación de alternativas de soluciones a las necesidades y demandas de la organización, y el despliegue de decisiones que aseguren la viabilidad y perdurabilidad de la investigación. Para Anderson *et al.* (2014), ha habido una escasez muy notable de investigación que explora los procesos inherentes a la creatividad y la innovación en comparación con la gran cantidad de estudios que evalúan la multitud de los llamados factores antecedentes a la innovación.

Ahora bien, uno de los escenarios idóneos de la investigación organizacional es la oportunidad que brinda la vinculación entre innovación y gestión de conocimiento. El proceso de investigación y desarrollo conlleva a la generación de un ambiente de interacción, donde se descubre, incentiva e innova, con el objeto de fomentar una mayor productividad mediante el compartir conocimientos que puedan ser difundidos y transferidos.

REFLEXIONES FINALES

El factor innovador se ha convertido en una forma de sobrevivencia para las organizaciones en nuestro país y, en especial, para aquellas que debieron transformar su modelo de gestión y así entrar en un proceso de recuperación y sostenibilidad en el tiempo. La innovación es un proceso orientado a la resolución de problemas que tiene su ocurrencia primaria en el mercado, que es interactivo

(implica relaciones formales e informales entre diferentes agentes), de aprendizaje diversificado y que implica el intercambio de conocimiento tácito y explícito.

Es de suma importancia establecer condiciones que fomenten la adopción de diversos estímulos, mediante programas que reconozcan la actividad investigadora en las organizaciones, tales como: otorgar reconocimiento a los procesos investigativos más creativos; apoyar a las líneas de investigación y a los grupos de investigadores con recursos materiales y financieros para un mejor desenvolvimiento en su dinámica de ejecución; apoyo financiero para la creación de redes de investigación, como un mecanismo de integración académica y científica, local, regional y nacional; y, fomentar la realización de seminarios, encuentros, congresos y otros eventos, relacionados con el ámbito educativo.

Para Hidalgo (2011), la competitividad de las organizaciones, educativas o no, pone de manifiesto la necesidad de que reconozcan el valor estratégico de la innovación e incorporen técnicas y herramientas para su gestión. Existe ahora una serie de factores externos que obligan a las organizaciones a gestionar sus procesos de investigación de una forma diferente, a innovar de una forma mucho más abierta. Por lo general, obtener éxito en la gestión de la innovación en una investigación organizacional implica generar una cultura relacionada con la innovación que permita a las organizaciones identificar los factores clave que caracterizan dicho proceso.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Amabile, T. M. (1996). *Creativity in Context*. Boulder, CO: Westview Press.
- Anderson, N., Potocnik, K. y Zhou, J. (2014). Innovation and creativity in organizations: A state of the science review, prospective commentary, and guiding framework. *Journal of Management*, 40 (5), 1297–1333.
- Barrios, M (1990). *Criterios y estrategias para la definición de líneas de investigación y prioridades para su desarrollo*. Caracas: Universidad Pedagógica Experimental Libertador (UPEL).
- Davenport, T. y Prusak, L. (2001). *Conocimiento en acción: cómo las organizaciones manejan lo que saben*. Buenos Aires. Prentice Hall.
- De la Torre, S. y Barrios, O. (2000). *Estrategias didácticas innovadoras. Recursos para la formación y el cambio*. Barcelona, España: Octaedro.
- Del Moral, A.; Pazos, J.; Rodríguez, E.; Rodríguez, A. y Suárez, S. (2007). *Gestión del conocimiento*. Madrid: Thompson Editores.
- Doz, L., Cuomo, A. Wrazel, J. (2007). From leadership to management: mobilizing knowledge for innovation in strategic alliances. En Malerba F. y Brusoni, S. *Perspectives on innovation*; Cambridge University Press; Cambridge.
- Hernández, G. C. y Sánchez, R. L. M. (2003). Aprendizaje tecnológico y dinámica industrial. En J. Aboites, y G. Dutrénit (Eds.), *Innovación, aprendizaje y creación de capacidades tecnológicas* (pp. 251–265). México D.F.: Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad de Xochimilco.

- Hidalgo, N. A. (2011). La gestión de la innovación como proceso. En U. de Costa Rica (Ed.), *Conocimiento, Innovación y Desarrollo* (99–122). Costa Rica: Impresión Gráfica del Este.
- Khazanchi, S., Lewis, M. y Boyer, K. (2007). Innovation-supportive culture: The impact of organization values on process innovation. *Journal of Operations Management*, (25), 871–884.
- Koulopoulos, T. y Frappolo, C. I. (2001). Lo fundamental y lo más efectivo acerca de la gerencia del conocimiento. Bogotá: McGraw-Hill.
- Lengrand, L. y Chartrie, I. (1999). *Business Networks and the Knowledge-Driven Economy*. Bruselas: European Commission.
- Lewin, A. y., Massini, S. (2004). Knowledge creation and organizational capabilities of innovating firms. En: Tsoukas H. y Mylonopoulos, N. *Organizations as knowledge systems. Knowledge, learning and dynamic capabilities*. New York: Palgrave Macmillan.
- Martínez Fajardo, C. E. (1997). El proceso de investigación y la teoría de gestión *INNOVAR, revista de ciencias administrativas y sociales No. 10*, julio - diciembre de 1997
- Mirabal, J. (2015). Gestión dinámica de conocimiento organizacional. *Enl@ce Revista Venezolana de Información, Tecnología y Conocimiento*, 12 (2), 55-78.
- Molero, N.; Contreras, G. y Casanova, R. (2016). Gestión del Conocimiento como Herramienta para la Productividad de la Investigación en el Sector Universitario. *Revista Electrónica de Humanidades, Educación y Comunicación Social*, 21, (11). abril 2016 - septiembre 2016. Disponible en: <http://publicaciones.urbe.edu/index.php/REDHECS/article/viewArticle/4430/5534>
- Nagles G., N. (2007). La Gestión del Conocimiento como Fuente de Innovación. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, 61, septiembre-diciembre, Universidad EAN Bogotá, Colombia 77-87. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=20611495008>
- OCDE (2005). *The Measurement of Scientific and Technological Activities. Proposed guidelines for Collecting and Interpreting Technological innovation data. OSLO MANUAL*. European Commission. Eurostat.
- Peluffo, M. y Catalán, E. (2002). *Introducción a la gestión del conocimiento y su aplicación al sector público*. Instituto Latinoamericano y del Caribe de Planificación Económica y Social - ILPES. Chile.
- Porter, M. (1993). *La ventaja competitiva de las naciones*. Buenos Aires: Ediciones Javier Vergara.
- Ramírez, M., D. C., Martínez, R. L. y Castellanos, D. O. (2012). *Divulgación y difusión del conocimiento: las revistas científicas*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.
- Robayo Acuña, P. V. (2016). La innovación como proceso y su gestión en la organización: una aplicación para el sector gráfico colombiano. *Suma de Negocios* 7, (16), julio–diciembre 2016, 125-140.
- Sarell, J. J. (2017). Competencias Dinamizadoras: Un modelo sobre Competencias Gerenciales basado en la Gestión de Conocimiento. *Jornadas de Investigación en Ciencias Sociales 2017* (noviembre 30, 2017). UCV: Doctorado en Ciencias Sociales.

- Senge, P. (2005). *La quinta disciplina: cómo construir una organización inteligente*. Buenos Aires: Gránica.
- Soto, E. y Sauquet, A. (2006). *Gestión y conocimiento en organizaciones que aprenden*. México: Thompson.
- Tarapuez, E., Osorio, H. y Parra, R. (2012). Burton Clark y su concepción acerca de la universidad emprendedora. *Tendencias. Revista de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas*, XIII, (2). 103-118.
- Toro, F. (2001). *Desempeño y productividad*. Medellín: Cincel.
- Valhondo, D. (2004). *Gestión del conocimiento. Del mito a la realidad*. Madrid: Díaz de Santos.
- Von Krogh, G., Ichijo, K. y Nonaka, I. (2001). *Facilitar la creación de conocimiento. Cómo desentrañar el misterio del conocimiento tácito y liberar el poder de la innovación*. México: Oxford University Press.