



GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO PARA LA INNOVACIÓN EN EL CONTEXTO GERENCIAL ACTUAL

(KNOWLEDGE MANAGEMENT FOR INNOVATION IN THE CURRENT MANAGERIAL CONTEXT)

Massiel Eulalia Nava Chacín

Massiel.nava@urbe.edu

 <https://orcid.org/0000-0003-1868-0553>

Como citar: Nava, Massiel (2021) Gestión del conocimiento para la innovación en el contexto gerencial actual. CICAG: Revista Electrónica Arbitrada del Centro de Ciencias Administrativas y Gerenciales, 18(2), Venezuela. (Pp.4-18)

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo resaltar los aspectos más relevantes de la Gestión del Conocimiento para la Innovación en el Contexto Gerencial Actual, a tal efecto se enfocó en los postulados teóricos basados en autores como; Arocha (2020), Briceño (2020), Quijano y Yépez (2020), Cuero (2019), González y Álvarez (2019), Calvo (2018), Pérez (2016), entre otros. En cuanto a la investigación es documental, bajo el paradigma eminentemente cualitativo, utilizando métodos deductivos, analíticos y exegéticos, así como técnicas de interpretación y análisis crítico. La metodología utilizada fue una revisión documental bibliográfica en cinco áreas; Gestión del Conocimiento, Innovación, Capital Intelectual, Herramientas y Factores. Entre los hallazgos conclusivos se logró evidenciar lo siguiente, el líder organizacional dado a los cambios constantes que conllevan a una transformación económica, social, cultural, política y tecnológica, las empresas; producto del dinamismo constante no escapan de ello, en tal sentido; debe gestionar el conocimiento mediante la transferencia de saberes, utilizando herramientas y técnicas para ello. Tomando en consideración factores emblemáticos para innovar, conocer y aprovechar las oportunidades y así gestionar buenas decisiones; ya que de esto dependerá la creatividad a desarrollar en la organización para innovar en el contexto actual y hacerle frente a las crisis que puedan presentarse, rompiendo barreras sin temor ni limitaciones, para de esta manera lograr el éxito de los objetivos planteado y mantenerse en el tiempo con productos y/o servicios de manera sostenible y sustentable.



Palabras Claves: Gestión del Conocimiento, Innovación, Capital Intelectual, Herramientas, Factores.

ABSTRACTS

The present research aimed to highlight the most relevant aspects of Knowledge Management for Innovation in the Current Management Context, for this purpose it focused on the theoretical postulates based on authors such as; Arocha (2020), Briceño (2020), Quijano y Yépez (2020), Cuero (2019), González y Álvarez (2019), Calvo (2018), Pérez (2016), among others. As for the research, it is documentary, under the eminently qualitative paradigm, using deductive, analytical and exegetical methods, as well as interpretation and critical analysis techniques. The methodology used was a bibliographic documentary review in five areas; Management of Knowledge, Innovation, Intellectual Capital, Tools and Factors. Among the conclusive findings, the following was achieved: the organizational leader given the constant changes that lead to an economic, social, cultural, political and technological transformation, the companies that are the product of dynamism do not escape from it, in this sense; It must manage knowledge through the transfer of knowledge, using tools and techniques to do so. Taking into consideration emblematic factors to innovate, know and take advantage of opportunities and thus manage good decisions; Since the creativity to be developed in the organization will depend on this to innovate in the current context and face the crises that may arise, breaking barriers, without fear or limitations, in order to achieve the success of the objectives set and stay in time with products and / or services in a sustainable and sustainable way.

Key words: Knowledge Management, Innovation, Intellectual capital, tools, factors.

INTRODUCCION

En el mundo actual es imperativo ir evolucionando de acuerdo a los fuertes cambios, producto del dinamismo constante en el cual nos encontramos. En tal sentido, las organizaciones deben realizar una gestión del conocimiento con el cual cuenta, buscando innovar en la gerencia actual para hacer a la empresa visible, sustentable y sostenible.



En la gestión del conocimiento el dilema estructural más importante es la tensión inevitable impuesta a la organización por el uso del discernimiento, aseverando la forma como las organizaciones lo utilizan sistemáticamente con el resto de las demás unidades sociales.

Para Nofal (2007), la gestión del conocimiento es un proceso lógico, organizado, sistemático para producir, transferir, aplicar en situaciones concretas una combinación armónica de saberes. Y es que, esto es imperativo para lograr alcanzar el éxito en la organización, tomando en cuenta el capital humano, para innovar en el contexto gerencial actual.

Cuando la organización gestiona esa combinación de saberes le hace frente a cualquier cambio por muy compleja que pueda tornarse, haciéndose imprescindible las fortalezas intelectuales. Para ello, las nuevas tendencias o avances tecnológicos sumados a los procesos innovadores le permitirán obtener lo requerido, razón por la cual, es preciso sumarse a los avances estructurales por los cambios surgidos en la actualidad para poder evolucionar.

Por lo anteriormente expuesto, hablar hoy día de este tema resulta sin lugar a dudas una trama interesante, motivo por el cual, en el presente artículo se plasmará un constructo teórico sobre la gestión del conocimiento en las organizaciones, el capital intelectual como elemento importante, ya que el mismo produce modificaciones y transformaciones múltiples innovadoras en las empresas, para el mejorar los productos o servicios relacionados.

Por lo tanto, la gestión del conocimiento en las organizaciones puede elevar las ventajas competitivas, por lo que es menester utilizar las herramientas necesarias para tramitar la transferencia de conocimiento entre las partes involucradas, buscan recopilar y compartir los activos intelectuales del capital humano, para incrementar la productividad e innovación en las empresas.

Por otra parte, la gestión del conocimiento como fuente innovativos es un proceso cuyo accionar es dinámico, ya que a través de ella se logra innovar cada vez más y mejor, sobre todo la transformación en las organizaciones en la gerencia actual, así como los factores críticos para la misma.

Como bien lo plasma Einstein en 1955, “Si buscas resultados distintos, no hagas siempre lo mismo”, es precisamente lo que las organizaciones actuales deben hacer, para desarrollar sus ideas exitosas, utilizando la gestión del conocimiento en la organización, motivar al capital intelectual para sacarle el mejor provecho y ventaja a la transferencia de saberes pudiendo innovar cada vez más en el contexto gerencial en el cual se encuentran las empresas hoy día, por factores económicos, sociales, políticos, sobre todo en salud por la pandemia.



FUNDAMENTACION TEORICA

Gestión del Conocimiento en las Organizaciones

En el mundo globalizado en el cual nos encontramos, surgen cambios constantes, modificaciones a diario y las organizaciones no escapan de ello. Motivo por el cual, requiere gestionar el conocimiento, buscando coadyuvar en su desarrollo para hacerlos más competitivos, adaptables, creando mecanismo que aceleren la manera de elaborarlos.

De acuerdo con Briceño (2020), la gestión del conocimiento se define ampliamente como un conjunto de actividades que fortalecen el intercambio informativo y experticia en la organización o profesionales, para el mejoramiento del rendimiento empresarial o los proyectos en ejecución.

Por su parte, Calvo (2018) refiere que esta se desarrolla en el marco de la llamada nueva economía del conocimiento, donde académicos y empresarios reconocen su importancia para mantener la ventaja competitiva organizacional. Ciertamente la nueva economía en un mundo globalizado existe mucha competencia, solo quienes se adaptan a los cambios sobreviven con éxito.

Según González y Álvarez (2019), la gestión del conocimiento en las organizaciones se ha convertido en un elemento de gran importancia, pues permite que se enfrenten a las condiciones del entorno empresarial en donde la globalización, la tecnología desarrolla en las empresas la habilidad para adquirir información para convertirla en conocimiento útil rápidamente e incorporarlo en la compañía.

La disciplina encargada en diseñar e implementar métodos, según Pérez (2016), con el objetivo de identificar, capturar, compartir el conocimiento organizacional para convertirlo en valor para la misma. Por lo tanto, este concepto habla de sistemas que faciliten la clasificación y el uso del conocimiento. Para gestionarlo, debe ser identificado, adquiridos, aplicarlo efectivamente.

Así mismo, son actividades o acciones que ayuden a la transmisión del conocimiento entre el recurso humano involucrado en la empresa. Por consiguiente, su gestión es un proceso organizado, lógico, sistemático, comparte saberes para fortalecer la competitividad de la organización a lo largo del tiempo.

Por lo expuesto anteriormente, se hace más sostenible y sustentable, ya que la acumulación de experiencias, aprendizajes, sirve para construir una base sólida para el conocimiento compartido pueden facilitar la ejecución del trabajo, así como la aceleración innovativos para el éxito organizacional, pues este es un valor agregado. El conocimiento se encuentra tanto en las personas como en la



empresa, experiencia, habilidades en los procesos productivos, otorgándole una visión para interpretar el entorno con la posibilidad de actuar.

De tal manera, debe ponerse en práctica para hacerle frente a los cambios y transformaciones reinantes en la gerencia actual o sociedad desde todo punto de vista. Por consiguiente, las organizaciones al iniciar este proceso sistemático, lógica, oportuna, rompe paradigmas que son necesarios para ser competitivo en el mercado.

Por ello, las organizaciones son personas jurídicas conformada o estructurada por profesionales capaces de generar conocimiento mediante la socialización del mismo, que los llevará a nuevas ideas, mediante la creatividad, imaginación y eterización, para dejar huellas indisolubles en el mercado, innovando cada vez más.

Al respecto Calvo (2018), asevera que los cambios económicos en la economía actual, han llevado a las organizaciones a ver el conocimiento como su principal y mejor activo como factor de competitividad. Para este autor, constituye un elemento tanto fundamental como diferenciador. Las compañías basadas en conocimiento son una estructura donde compartir conocimiento es esencial para mantener la eficacia mientras los problemas son resueltos por empleados especiales llamados trabajadores del conocimiento.

En consecuencia, la gestión del conocimiento puede observarse como procesos direccionados al análisis, difusión, utilización, experiencia transferidas, información entre los miembros de una organización para crear valor agregado a la misma, esto debe conformar parte esencial en su cultura, si no es así ese cometido se encontraría con una gran barrera. Es necesario romper esos procesos paradigmáticos ubicados en las empresas para darle cumplimiento a la visión, misión, objetivos organizacionales consonó entre todos los miembros que la conforman.

Innovación

La innovación ha ido cambiando, transformando, mejorando con el tiempo, con nuevos elementos que convergen, conforme avanza el mundo, producto de la globalización. Representando ella una herramienta específica empresarial, donde los líderes en la organización son eminentemente innovadores, siendo esta la acción en dotar a los recursos con una nueva capacidad para producir riqueza, pues esta crea recurso.



Según Couso y Ramírez (2012), la innovación es una clave para el éxito organizacional. No obstante, debe ser exitosa, difícil de concretar y sobre todo sistematizar. Acota el precitado autor, las empresas buscan generar gestión estratégicas que sean mucho más claras, las cuales les permitirán administrar recursos tangibles e intangibles, ello le permitirá crear ventajas competitivas sustentables durante el tiempo.

Por otra parte, la introducción de nuevos productos, servicios, procesos con satisfacción al cliente, es una herramienta que puede ser vinculada con la estrategia organizativa y dado su implicación en un contexto económico cambiante, en el cual se desarrolla la economía actual.

Al respecto Platero (2015), plantea que es el complejo proceso de ideas hacia el mercado en forma de nuevos o mejorados productos o servicios y se han convertido en una realidad innegable en el contexto empresarial, independientemente su tamaño o actividad. Para Jordán (2011), la innovación constituye el núcleo del espíritu empresarial porque prácticamente toda nueva empresa presenta una actuación innovadora, como mínimo respecto a sus competidores.

De acuerdo con Arocha (2020), la innovación es un factor clave para la competitividad, adicionalmente a ello considera que es un proceso complejo con un significado económico o social, este se encuentra relacionado con el progreso y desarrollo tecnológico. Asevera el precitado autor, el incentivo del empleo mejora el bienestar, a través de ellas surgen las empresas u organizaciones buscando modificaciones para hacer cada vez mejor las cosas o aspectos planteados, ello puede darse sobre los costos o precios en un producto o servicio.

De tal manera, la innovación va enlazado con lo nuevo, con lo actual, dado que ciertamente las organizaciones en sí, surgen por la idea de emprender con éxito hasta lograr posicionarse en el mercado competitivo, innovando a ser líderes empresariales, llevando consigo elementos determinantes para alcanzar los objetivos planteados por su visión, utilizando estrategias con la gestión del capital humano para convertirse en una organización sostenible y sustentable pese a los inconvenientes suscitados en la trayectoria de su existencia.

Sobre todo en el contexto gerencial actual donde convergen cambios políticos, sociales, económicos, salud, tal como está presente en la actualidad la pandemia por el Covid-19 a nivel mundial. Donde las organizaciones deben gestionar de una forma más sagaz el capital humano con el que cuenta para lograr innovar en estos tiempos críticos.



Gestión del Conocimiento como fuente de Innovación

Entendiendo que la gestión del conocimiento es un concepto aplicado a las empresas u organizaciones, es decir; un método con la premisa de transferirlo desde el lugar donde ocurre o se genera hasta donde se va a aplicar, en sí es una cultura empresarial con gestión del principal activo del capital humano, mediante la socialización del conocimiento, lo cual facilita la capacidad creativa.

Las organizaciones realizan esfuerzos para adquirir, aumentar, organizar, distribuir y compartir el conocimiento entre todo el personal que labora en la misma. Permitiendo con esto, ser fuente innovador, produciendo ideas para su fortalecimiento con el tiempo mediante la utilización de estrategias.

Según lo planteado por Couso (2012), en las organizaciones los conocimientos a menudo se convierten en rutinas, procesos, buenas prácticas y normas, teniendo en cuenta que el mismo proviene de la información, se transmite mediante medios estructurados tales como libros, documentos, personas.

En lo concerniente a la gestión del conocimiento, el aludido autor lo refiere como la capacidad estratégica que contribuye a crear una ventaja competitiva sustentable; y la entiende como una herramienta con dirección estratégica. La creación del mismo implica la generación a lo nuevo, para poderlo aplicar en la solución de problemas, generando nuevas ventajas competitivas.

Para Nofal (2007), en principio hay que romper barreras para su integración, donde se acepte la diversidad, complejidad, propiedad del conocimiento. Así mismo plantea su transferencia y acciones para una efectiva gestión. En tal sentido, para asegurar su correcta gestión como fuente de innovación en las organizaciones, es necesario desarrollar procesos para la transferencia efectiva.

Ahora bien, siendo la innovación la capacidad que tiene la organización para proponer soluciones alternativas ingeniosas, creativas pero rentables cubriendo las necesidades, expectativas, demandas de los consumidores, como factor determinante en la competitividad. Por consiguiente, la gestión del conocimiento permitirá aflorar mediante estrategias ideas innovadoras para darle solución a un problema en el contexto social.

De acuerdo con Ortiz y Nagles (2007), desde la perspectiva de la gestión del conocimiento, la innovación requiere en esencia, desarrollar tres acciones fundamentales; entre ellas se encuentran, identificar oportunidad inventiva, identificar conocimientos relevantes para generar soluciones sostenibles y rentables para la organización.



En consecuencia, se identifican las necesidades, problemas, dificultades o desafíos en la sociedad para generar soluciones que sean sostenibles, identificando de esta manera las oportunidades innovativas, para ello es necesario despertar la intuición en las personas para lograr desplegar el sentido para la anticipación organizativa mediante la gestión del conocimiento.

Al respecto Quijano y Yépez (2020), su relevancia como fuente de innovación para las organizaciones radica en la posibilidad transformadora del procesamiento informativo del capital intelectual. Por lo tanto, la gestión del conocimiento promueve la construcción de una cultura organizacional, logrando el éxito planteado en la misma.

Dado que la gestión del conocimiento y desempeño, contribuye a mejorar resultados, así como el retorno de la inversión por innovación, siendo este un factor importante para lograr los objetivos planteados, adaptándose a cambios, para desarrollar nuevos productos, servicios, procesos, generar soluciones, explorar alternativas, producir nuevos conocimientos en la organización.

Herramientas de gestión del conocimiento para innovar

La gestión del conocimiento es un concepto aplicado en las organizaciones, requiere contar con herramientas para la elaboración de un producto o servicio mediante un proceso sistemático, entendiéndose como procesos que permiten utilizar el conocimiento como factor clave para añadir y generar valor, orientada a gestionar contenidos, optimizar procesos, motivo por el cual, se cuenta con técnicas aplicadas para lograr los objetivos planteados.

Al respecto Cuero (2019), explica que estas son muy importantes en cualquier organización, en diferentes contextos permite arrojar resultados positivos interrelacionados entre sí, permitiendo cumplir con los objetivos bajo lineamientos empresariales. Entre estas herramientas se encuentran; la socialización esta se ve reflejada por técnicas; tales como; la experiencia, siendo esta el conocimiento o habilidad derivadas de la observación, participación, vivencia o suceso reales.

De igual manera, reuniones cara a cara; se toma en consideración las palabras utilizadas, tono de voz, expresiones faciales, así como movimientos o gestos conscientes. Tareas realizadas de manera conjunta, las llamadas reuniones informales las cuales sirven para intercambiar información. Comunidades de prácticas; grupos sociales constituidos para desarrollar conocimiento. Exposiciones orales se realiza mediante un auditorio con un grupo de personas,



en la actualidad se socializa mediante plataformas. Documentos, manuales, así como técnicas para socializar el conocimiento.

Así mismo, el precitado autor menciona la externalización, la combinación, interiorización, utilizando como técnicas trabajo independiente, reflexión, práctica de habilidades, trabajo en equipo. Por consiguiente, las herramientas de gestión del conocimiento para innovar pueden ser infografía, tecnológicas, graficas tales como; mapas mentales, mapa conceptual, software, diagrama. Entre las herramientas tecnológicas se encuentra el internet, bibliotecas digitales.

Flores (2010), hace referencia a que las herramientas para la gestión del conocimiento para innovar están estrechamente vinculadas con, la socialización la cual consiste en la transmisión del conocimiento, a partir de las experiencias vividas compartidas. La exteriorización, en este caso el conocimiento pasa de tácito a explícito, la combinación, interiorización para gestionar el conocimiento.

Ciertamente, las herramientas son todas aquellas que se utilizan para lograr gestionar el conocimiento mediante la transferencia o socialización de saberes, pues se debe tomar en consideración la actividad económica a la cual se dedica la organización, es imperativo utilizar lo atinente a ella. Los avances tecnológicos permiten en gran medida gestionar, mediante la utilización del internet, intranet, los talleres, cursos, entrevistas, herramientas gráficas para utilizar mapas mentales y conceptuales.

De tal manera, mediante la socialización de saberes se puede incentivar la intuición, imaginación, para innovar con las herramientas utilizadas, tales como creatividad, previsión, prospectiva, gestionar el capital humano, cooperación tecnológica con sus grandes avances, diseños de productos, en fin, para lograr el éxito en el contexto gerencial actual donde se enfrentan a retos obtener mayores oportunidades.

Factores críticos para la gestión de conocimiento

Se asume un criterio genérico con los elementos que forman parte esencial en los factores como personas, procesos, tiempo de dedicación a la investigación, tecnología. Según Obeso, Sarabia y Sarabia (2012) los cinco factores identificados como potencial el conocimiento, productividad TIC, investigación, internalización del conocimiento, autopista de la educación.



Para Medina, Medina y Nogueira (2017) son las personas, los procesos y la tecnología, porque gestionan el conocimiento. La organización debe implementar las estrategias idóneas que de una u otra manera influirá en la cultura, innovación, para crear el entorno adecuado con el equipo formado y motivado para socializar el conocimiento en el desempeño en actividades inherentes al puesto de trabajo.

El referido autor, expresa que los procesos se deben al flujo interno de formación organizacional se encuentra formado por métodos, tales como, revisión, mejora continua, auditorías, esto ayuda a la organización a establecer aquellos que capaciten a las personas para captar y difundir el conocimiento acorde a su trabajo. Así mismo, la tecnología logra la eficacia, eficiencia, maximizando las oportunidades de socializar el conocimiento.

De acuerdo con Guerra (2014), se relaciona con los factores humanos, materiales, económicos, para aumentar la creación, asimilación de nuevos conocimientos, generara ideas y capacidades que permitan obtener o mejorar nuevos productos, procesos, servicios, transferir, comercializar. Para Arocha (2020) el termino creatividad es utilizado con mucha frecuencia como invención, imaginación, originalidad o novedad, poniendo en juego la imaginación para crear conocimiento.

Según González y Sánchez (2015), tienen que ver con la estructura, liderazgo, cultura, recursos humanos (que en estos tiempos es el capital humano) y las Tics. En lo relativo a la estructura, el aludido autor se refiere a las funciones para la ejecución de las tareas, permite contribuir a definir el estilo gerencial en la empresa y su filosofía.

En lo concerniente a la cultura, esta puede ser una de las barreas más grandes con las cuales se tengan que enfrentar en las organizaciones a la hora de gestionar el conocimiento. Para Benavides y Quintana (2006), la cultura tiene una importante influencia sobre la percepción del conocimiento valioso, el conflicto puede generarse cuando diversos grupos en la empresa le dan diferente valor a los conocimientos.

Así mismo, es necesario saber manejar lo atinente al manejo de la cultura organizacional para incentivar tanto la innovación como la creatividad. Tal como lo expresa González y Sánchez (2015), para entender su importancia, es necesario deducir el impacto en las subculturas, estas consisten en diferentes valores, prácticas, normas que revela la organización.

En tal sentido, los aludidos autores refieren que la cultura sea emprendedora, con fomento de la explotación con búsqueda de un capital intelectual nuevo, se requiere un alto grado participativo en todos los niveles organizativos, búsqueda y



análisis de datos, para luego procesarlos y finalmente producir un nuevo conocimiento.

En lo atinente a los recursos humanos, Benavides y Quintana (2006) expresan que el éxito o fracaso en la gestión del conocimiento dependerá de la habilidad organizativa para motivar a sus empleados e inculcarles una filosofía orientada al conocimiento. Por lo tanto, el capital humano es la médula espinal empresarial, con una labor que cumplir y mantenerlos motivados, pertenencia, examinando las políticas u estrategias vigentes, gestionar las expectativas, confianza para lograr el compromiso de los directivos.

En consecuencia la gerencia actual, tiene un compromiso de envergadura, con respecto a otros tiempos, con un nivel de exigencia cada vez mayor, si bien es cierto que existe una crisis económica a nivel mundial por la inflación, ello varía dependiendo del país, es decir, en las peores dificultades han surgido mejores innovaciones.

En cuanto al liderazgo, según González y Sánchez (2015) tiene una influencia significativa en el capital humano para transmitir la cultura que promueva tanto la creatividad como la innovación. Para Benavides y Quintana (2006), el líder debe crear un sistema de aprendizaje organizativo para generar propuestas, análisis de dificultades, buscar soluciones, valorar los resultados obtenidos. Ciertamente el líder debe fomentar un estado de bienestar y confianza.

Por su parte, Arocha (2020) destaca que el líder tiene la habilidad para comunicarle eficazmente las metas a sus seguidores, esperando lo mejor de ellos. Para Benavides y Quintana (2006) los directivos administran la gestión del conocimiento aumentando el entusiasmo, la confianza en trabajadores con la misma visión y obviamente el pleno convencimiento organizacional, es decir; capaz de proveer el significado adecuado de la información.

De igual manera, se encuentran las Tics, encontrando que los avances tecnológicos juegan un papel fundamental como factor determinante en la gestión del conocimiento. Según González y Sánchez (2015), se encuentra unido a la universalización tanto del internet como las tecnologías asociadas con nuevos servicios y formas interactiva con los clientes o proveedores. La aparición de las redes sociales, Facebook, Twitter, Telegram, Instagram por mencionar algunos, son avances fundamentales para gestionar el conocimiento y lograr innovar cada vez más en las organizaciones.

En consecuencia los factores críticos para la gestión del conocimiento son todos aquellos elementos que convergen para hacer posible la socialización de saberes, mediante la gestión del capital intelectual, utilizando la transferencia de



conocimiento mediante cursos, talleres, es decir; mediante las herramientas, tomando la cultura muy en serio.

Las personas o miembros de la organización como factor clave, los procesos que en ella se llevan a cabo, los avances tecnológicos ayudan a las empresas a conseguir ventajas competitivas, pudiendo crear eficiencia en el proceso de negocio, así como ofrecer una calidad superior a la competencia en sus productos o servicios gracias a la aplicación de los avances tecnológicos, en virtud de ello se logra de los objetivos trazados.

METODOLOGIA

La presente investigación se abordó atendiendo al paradigma cualitativo, el tipo de investigación se estructuró sobre la base de una exploración de tipo documental y descriptivo con diseño bibliográfico, cuya técnica de recolección de datos fue el fichaje bibliográfico y la observación documental, así mismo, los datos se analizaron por medio de la aplicación de los métodos deductivos, analítico y exegético, así como técnicas de interpretación y análisis crítico.

RESULTADOS

De la investigación, se puede evidenciar que desde hace ya algunos años se han venido realizando un arduo trabajo sobre la gestión del conocimiento en las organizaciones, entendiéndose esta como la transferencia del saber, desde la globalización en la cual nos encontramos, por los cambios o modificaciones constantes experimentados a diario, por tanto, las organizaciones no escapan de ello, si quieren mantenerse en el tiempo deben adaptarse necesariamente.

Motivo por el cual, se requiere gestionar el conocimiento con el que cuenta, ello coadyuva en principio a hacerlas más competitivas y adaptables, así como crear o acelerar procesos de gestión. Así mismo, la innovación crea algo nuevo o mejorado, con evidente importancia del mercado para cubrir un problema o necesidad en la sociedad.

El simplemente crear una organización ya se está innovando. Con ello se encuentran herramientas como la creatividad, previsión, prospectiva, gestionar el capital humano, cooperación tecnológica con sus grandes avances, diseños de productos, en fin todas aquellas que permitan lograr el éxito en el contexto gerencial actual donde se enfrentan cada vez más retos y se logran mayores oportunidades.



De igual manera, las técnicas y factores críticos para lograr con éxito la gestión del conocimiento, como elementos que convergen para hacer posible la socialización de saberes, mediante la gestión del capital intelectual, utilizando dicha transferencia mediante cursos, talleres, es decir; mediante las herramientas o técnicas, tomando la cultura organizacional como un aspecto o elemento primordial.

Finalmente, la gerencia actual enfrenta retos constantes, los cuales debe resolver con valentía, dinamismo, coherencia para lograr el desarrollo efectivo en la organización, despertando percepciones positivas, sentido de pertenencia con la empresa lo que conlleva a una mayor productividad para hacerla sustentable y sostenible.

REFLEXIONES FINALES

Vistas las consideraciones planteadas, es posible inferir la gerencia actual con una serie de herramientas que permiten coadyuvar a su desarrollo, solo es cuestión de aplicar lo investigado y establecer un ganar-ganar. Ciertamente, transferir el conocimiento mediante instrumentos establecidos con técnicas adecuadas, permitirán el desarrollo consonó, coherente con el resultado planteado para gestionar la innovación, incentivando la creatividad e imaginación.

En tal sentido, se debe abandonar por completo jerarquías estructurales que no sean productivas. Sino por el contrario utilizar una visión futurista, de respeto mutuo, colaboración, paz, justicia, equidad para así mantener la innovación en todas las partes involucradas, tanto en el ámbito democrático como en las reflexiones económicas, para empoderar sustentable y sosteniblemente al elemento social, en aras de mantenerse en el tiempo.

En consecuencia, el líder organizacional dado a los cambios constantes que conllevan a una transformación económica, social, cultural, política y tecnológica, debe gestionar el conocimiento. Tomando en consideración factores emblemáticos para innovar, conocer, aprovechar las oportunidades, gestionar buenas decisiones; de esto dependerá la creatividad a desarrollar en la organización para transformar en el contexto actual para hacerle frente a las crisis, rompiendo barreras sin temor ni limitaciones, si no logra hacerlo desaparece en el tiempo, quedando atrás.



REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arocha, J. (2020). Liderazgo Estratégico e Innovación. Alternativas Geniales de la Banca para Hacer Negocios. Memorias de la X Jornada de Investigación y Postgrado. <https://www.urbe.edu/investigacion/centros/memorias/>
- Benavides, C. y Quintana, C. (2006). Gestión del Conocimiento y Calidad Total. España Ediciones Díaz de Santos
- Briceño, B. (2020). La Gestión del conocimiento recursos y oportunidades. Disponible en: <https://blogs.iadb.org/conocimiento-abierto/es/gestion-conocimiento-recursos/>
- Calvo, O. (2018). La Gestión del Conocimiento en las Organizaciones y las Regiones: una revisión de la literatura. Revista de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas. Universidad de Nariño. Volumen XIX N° 1-1 semestre 2018. Disponible en: <https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url>
- Couso, A. y Ramírez, B. (2012). Gestión del conocimiento como herramienta para innovar. Disponible en: <https://repositorio.uade.edu.ar/xmliu/handle/123456789/2436>
- Cuero, A. (2019). Desarrollo de Herramientas para la gestión de conocimiento en proyectos de la oficina de planeación de la Universidad Autónoma de Occidente. Santiago de Cali.
- Flores, J. (2010). La Gestión del Conocimiento y las Herramientas Colaborativas: una alternativa de aplicación en Instituciones de Educación Superior. Colegio Universitario José Lorenzo Pérez Rodríguez. Revista de Investigación N° 71 Vol. 34. Septiembre – diciembre 2010
- González, J. y Álvarez, L. (2019). Gestión de Conocimiento e Innovación Abierta: hacia la conformación de un modelo teórico relacional. Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia, Colombia y Universidad de Guanajuato, México. Revista
- González, M. y Sánchez, M. (2015). La Gestión del Conocimiento y sus factores Organizativos en la Empresa Parros Obras. UCLM, Ciudad Real
- Guerra, K. (2014). Tecnología para la gestión de proyectos de innovación en sistemas territoriales de innovación. Venezolana de Gerencia, vol. 24, núm. 88, 2019. Disponible en:



<https://www.redalyc.org/jatsRepo/290/29062051013/html/index.html>

Jordán, J. (2011). La innovación: una revisión teórica desde la perspectiva de marketing. Perspectivas, número 27, enero-junio. Universidad Católica Boliviana San Pablo, Cochabamba, Bolivia. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=425941231004>

Medina, D., Medina, A., Nogueira, D. (2017). Procesos y Factores claves de la gestión del conocimiento. Revista Universidad y Sociedad Vol9. N° 3 Cienfuegos Jul-set. Versión online ISSN 2218-3620

Nofal, N. (2007). La gestión del conocimiento como fuente de innovación. Revista escuela de Administración de negocios, número 61, septiembre –diciembre, 2007, pp. 77-87. Universidad EAN. Bogotá, Colombia. Disponible en: <https://www.redalyc.org>

Obeso, M., Sanabria, M., Sanabria, J. (2012). Factores Críticos en la gestión de conocimiento en países: un análisis global del proceso. Cuadernos de estudios empresariales, vol., 22,11-28

Ortiz, P. y Nagles, N (2007). Gestión de Tecnología e innovación. Teoría, procesos y práctica. Universidad EAN; Bogotá.

Platero, J. (2015). Revisión y adaptación del concepto innovación al contexto empresarial español. Revista de estudios Empresariales. Número 2. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es>

Pérez, M. (2016). Gestión del conocimiento: Orígenes y Evolución. El Profesional de la información Vol. 25. No 4, pp: 526-534. Disponible en: <https://revista.profesionaldelainformacion.com/index.php/EPI/article/view/epi.2016.jul.02>

Quijano, P. y Yepes, J. (2020). Guía para la implementación de la Gestión del conocimiento y la innovación en el marco del modelo integrado de planeación y gestión (MIPG), Versión 1. Dirección de Gestión del conocimiento. Bogotá, D.C., Colombia