

Gestión del Conocimiento, una estrategia de innovación empresarial.

Knowledge Management, a business innovation strategy

Viviana del Cisne Maza Campoverde 1, Karen Kerly Mora Roldan 2, Nancy Janneth Tapia-Espinoza 3, Cecibel del Rocío Espinoza Carrión 4.

Universidad Técnica de Machala, vmaza_est@utmachala.edu.ec. (2) Universidad Técnica de Machala, kkmora_est@utmachala.edu.ec. (3) Universidad Técnica de Machala, ntapia@utmachala.edu.ec. (4) Universidad Técnica de Machala, cespinoza@utmachala.edu.ec.

Fecha de recepción: 25/11/2020

Fecha de aceptación:

Resumen

La dinámica de los mercados en la actualidad sufre cambios constantemente creando la necesidad en las organizaciones de buscar estrategias que las permitan innovar, generar competitividad y contribuyan a su permanencia en el mercado a lo largo del tiempo. En este contexto la inversión en tecnología no es la única forma de innovar, el conocimiento se ha convertido en el activo más importante dentro de la gestión empresarial, por lo tanto, es el encargado de crear, detectar, transformar ese conocimiento y utilizarlo en función de sus necesidades. Por ello se plantea el objetivo de analizar la gestión del conocimiento como una estrategia de innovación en las empresas de la industria manufacturera en la ciudad de Machala. Se aplicó un estudio con enfoque cuantitativo, investigación exploratoria y correlacional. Se encuestaron a 38 empresas pertenecientes al sector manufacturero. Se utilizó el coeficiente de correlación y regresión para el análisis, los resultados fueron positivos para la relación de las variables gestión conocimiento e innovación. Finalmente, la gestión del conocimiento y la innovación persiguen generar beneficios a la empresa, transformando el conocimiento en valor, creando nuevos productos o servicios o mejorando sus procesos, con el fin de lograr su permanencia en el mercado.

Palabras claves: conocimiento, empresa, estrategia, gestión, innovación.

Abstract

The dynamics of the markets today are constantly changing, creating the need for organizations to seek strategies that allow them to innovate, generate competitiveness and contribute to their permanence in the market over time. In this context investment in technology is not the only way to innovate, knowledge has become the most important asset within business management, therefore, is responsible for creating, detecting, transforming that knowledge and use it according to their needs. Therefore, the

objective of analyzing knowledge management as an innovation strategy in manufacturing industry companies in the city of Machala. A study was applied with a quantitative approach, exploratory and correlating research. Thirty-eight companies belonging to the manufacturing sector were surveyed. The correlation and regression coefficient was used for the analysis, the results were positive for the relationship of the variables knowledge management and innovation. Finally, knowledge management and innovation seek to generate benefits to the company, transforming knowledge into value, creating new products or services or improving their processes, in order to achieve their permanence in the market.

Keywords: knowledge, business, strategy, management, innovation.

Introducción

Las empresas actualmente, deben adaptarse e implementar cambios para mantenerse en el mercado y lograr diferenciarse con técnicas de innovación. Debido a que se encuentran en un entorno cambiante, donde la generación del conocimiento, adaptación de tecnologías de información y comunicaciones son constantes. Por mucho tiempo las empresas han considerado como un factor fundamental y primordial la tecnología para lograr competitividad, pero no se ha logrado complementar con un factor que siempre está presente en la organización, el conocimiento.

El conocimiento se ha convertido en una nueva fuente de producción de riqueza para las empresas, el cual aumenta progresivamente. Este recurso ha permitido un crecimiento en la generación de información, por lo cual, las organizaciones deben establecer una estructura o lineamientos que les permita sistematizar los procesos y organizar la información. El saber aprovechar este recurso, nutre a la compañía de diversos conocimientos que a lo largo del tiempo sirven en el crecimiento de la misma, a su vez garantiza un posicionamiento notable dentro del mercado, todo gracias a las

diferentes ideas innovadoras que plantean los colaboradores encargados del desarrollo organizacional.

El conocimiento organizacional, ha provocado en las organizaciones el interés en la gestión del conocimiento para lograr beneficios en mejora de la organización. Por lo tanto, al gestionar de manera correcta el conocimiento, como indicó Ponjuán y Hernández (2017) quienes citaron Alavi y Leidner “la organización podrá identificar y elevar el conocimiento colectivo y aumentar así su competitividad e innovación” (p. 2).

El estudio de la gestión del conocimiento es importante, debido a que el buen manejo del conocimiento permite a los empresarios descubrir el nivel de conocimiento con el que cuenta su organización y la manera adecuada de aprovechar este recurso en beneficio de la empresa, logrando mejorar los procesos empresariales, innovar, perfeccionar las capacidades de sus colaboradores y obtener mayores beneficios.

Al momento de importar el conocimiento y no gestionarlo, representa un estancamiento para el desarrollo económico y social de los pueblos

latinoamericanos, los cuales poseen innumerables riquezas, sin embargo, no han logrado gestionar de manera correcta el conocimiento, para crear valor agregado en sus procesos y productos. Este es uno de los problemas que afectan a los países de América del Sur, en el que Ecuador no es la excepción.

A pesar de existir políticas estatales que permiten la inserción del conocimiento en la industria ecuatoriana, aún no se brinda la importancia al factor conocimiento en los procesos productivos, esto limita la inserción en el mercado internacional con productos que generen valor agregado y tecnológico, llevando a una producción en su mayoría de productos primarios, los cuales al largo plazo no son sostenibles.

La problemática gira entorno a las condiciones del mercado actual, en donde las empresas buscan permanecer y crecer en el mercado, por lo tanto, sobresalir ante la competencia, esto implica una mejora en los procesos y estrategias. Para esto, las empresas deben optimizar el conocimiento existente en la organización. El impacto que tiene una adecuada gestión del conocimiento permite a las organizaciones la utilización del conocimiento como fuente generadora de innovación, por lo tanto, su importancia radica en la implementación de estrategias innovadoras que sirvan y aumenten el desarrollo de la compañía

En la presente investigación se aplicó un estudio con enfoque cuantitativo, investigación exploratoria y correlacional. Se tomó como punto de partida, la revisión de la literatura de

investigaciones realizadas anteriormente. Como fuente de información primaria se recurrió a utilizar como instrumento la encuesta, la cual fue aplicada a empresarios en la ciudad de Machala.

En este estudio se analiza la gestión del conocimiento en empresas ubicadas en la ciudad de Machala, provincia de El Oro en donde, se consideraron únicamente a las empresas pertenecientes al sector manufacturero de la ciudad. Debido a que la gestión del conocimiento tiene gran impacto en el sector productivo nacional, por ser un eje generador del desarrollo económico y social, al cumplir un rol muy importante en la innovación tecnológica, en la investigación y en el desarrollo de las actividades. Determinado así, el efecto que genera una adecuada gestión del conocimiento en beneficio y desarrollo de la organización.

La información obtenida, en base a investigaciones realizadas en empresas ecuatorianas es escasa, esto ocasiona que existan antecedentes limitados acerca de estudios de la gestión del conocimiento en empresas de la ciudad de Machala. Así también, la privacidad de información con que manejan las empresas, la poca disponibilidad de tiempo por parte de los trabajadores al momento de brindar la información requerida, sumado a la complejidad que presenta la situación actual en la que el mundo atraviesa por una pandemia, obstaculizan y alargan la elaboración de la investigación.

El objetivo general de este artículo es analizar la gestión del conocimiento como una estrategia de innovación en las empresas de la industria manufacturera en la ciudad de Machala

a partir de datos primarios, apoyados por un software estadístico. Para ello, es necesario realizar una revisión de la literatura científica que permita la comprensión lectora de los temas tratados; luego, identificar los mecanismos de transferencia de conocimientos, que logren la generación de información e intercambio de ideas, para su estudio como factor de innovación en las empresas manufactureras; y, determinar el nivel de aceptación de la gestión del conocimiento como estrategia de innovación para el cumplimiento de los objetivos y expectativas a corto, mediano y largo plazo en las organizaciones.

Knowledge Management y la innovación empresarial

Generalidades de la Gestión del Conocimiento

Voronov y Lavrinenko (2014) afirmaron que el término gestión del conocimiento se mencionó por primera vez en Suiza en el año 1986, por Karl Wiing quien definió esta actividad como: "sistemática, explícita y deliberada construcción, renovación y aplicación de conocimientos a maximizar la eficacia de una empresa en materia de conocimientos"(p. 23). Así también, Portillo en el año 1998, definió a la gestión del conocimiento como aquel proceso que permite:

planificar, organizar, integrar y controlar el acceso y uso oportuno del conocimiento, el cual reside en el colectivo (conocimiento tácito) y en la infraestructura de formación (conocimiento explícito) de la organización para desarrollar activos del conocimiento, incremento de la efectividad y eficiencia, innovaciones

en los productos y servicios, aumento de la productividad, anticiparse a las tendencias y exigencias del entorno (Castillo y Yoemnis, 2009, p. 171).

La gestión del conocimiento tiene sus inicios en el siglo XX, para esta época está inmersa la gestión del conocimiento en el sector empresarial, es así, que para el año 1986 se mencionaba como una actividad que permitía maximizar la eficacia de una empresa a través de los conocimientos, pero una década después ya se mencionaron dos partes que son vitales en la construcción de la gestión del conocimiento, como son: el conocimiento tácito y el conocimiento explícito.

Otro de los autores que concuerda con el inicio de la gestión del conocimiento es Bedoya (2015) quien citó a Drucker, quien mencionó que la Gestión del Conocimiento tiene sus inicios alrededor de los años noventa desde una perspectiva de gestión, cuya finalidad principal es generar ventaja competitiva permanente y lograr posicionamiento en el mercado, el cual puede ser muy cambiante.

Históricamente se distinguen tres generaciones en la gestión del conocimiento. (a) La primera generación comprende el periodo de 1990 -1995, en la cual se generaron iniciativas basadas en definiciones, investigaciones de los posibles beneficios que genera en las empresas. (b) La segunda generación comenzó a surgir a partir de 1996 en el cual las corporaciones integraron trabajos para especialistas en KM, oficiales de conocimiento, se profundizó más en definiciones, filosofías de negocios, sistemas, operaciones y tecnologías

avanzadas; y, (c) Para el año 2000, se da paso a tercera generación la cual emerge con nuevos métodos y resultados, en esta generación se integra con la filosofía, estrategias y objetivos empresariales. Esta generación fortalece el vínculo entre el conocimiento y la acción (Metaxiotis, Ergazakis, y Psarras, 2000).

La gestión del conocimiento ha tenido cambios significativos con el paso del tiempo, estos han estado ligados a la evolución y complementados con el sector empresarial, es por esto que se han implementado nuevos factores que aplicados en las organizaciones brindan eficiencia y ventaja competitiva.

Calvo (2018) mencionó que la “gestión de conocimiento se desarrolla en el marco de la llamada nueva economía o economía del conocimiento, en la que académicos y empresarios reconocen la importancia del conocimiento para lograr y mantener la ventaja competitiva de las organizaciones” (p. 143). Así también, Rojas, citado por Pons, Concepción, Ruiz, Medero, y Rodríguez (2017) afirmaron que la gestión del conocimiento nace como una estrategia que las empresas necesitan implementar para utilizar correctamente el conocimiento que posee dentro de la organización. La misma que debe estar dirigida en función al cumplimiento de las metas y objetivos empresariales, dado a que este proceso permite la generación de ventajas competitivas, el fortalecimiento de los activos intangibles, mejorar la comunicación interna y alinear el recurso humano con los objetivos de la empresa.

Para lograr una buena gestión del conocimiento las empresas deben identificar los activos disponibles

(tangibles e intangibles) dentro de su organización, esto permite un aprovechamiento máximo de todos los activos disponibles. Ordoñez, Barrera, y Abril (2019) citaron a Ramezan quien mencionara que las empresas pueden hacer uso máximo de su grupo de activos, logrando que funcione en su mayor potencial consiguiendo una efectiva ventaja competitiva, debido a que pueden medir, informar y gestionar su capital intelectual.

Definición de Gestión del conocimiento

Benavides y Pedraza (2018) mencionaron a Meihami y Meihami quienes definieron la gestión del conocimiento como una forma de crear valor mediante los conocimientos, ya sean estos internos o externos, para lograrlo utilizan herramientas y técnicas que permitan realizar mejoras dentro de la organización y emplear este conocimiento cuando sea necesario.

La gestión del conocimiento para Nieves y León (2001) es la herramienta básica de la gestión empresarial, este se encuentra presente en la organización y al ser este reconocido como un proceso continuo, es el responsable de reconocer, encontrar, clasificar, proyectar, presentar y utilizar el conocimiento y la experiencia empresarial acumulada en la organización de una manera más eficaz y eficiente, mejorando así el proceso de transmisión de los saberes entre los empleados para que estos sientan compromiso al momento de plasmar los saberes que han acumulado como experiencia, lo cual puede ser considerado como un factor determinante de una ventaja competitiva para la organización.

Sin embargo, una empresa aun siendo poseedora de una gran diversidad de conocimiento, por tener un personal que maneja y concentra un gran nivel de saberes, los cuales podrían llegar a ser provechosos y otorgarían a la empresa mayor valor económico; a pesar de contar con un gran conocimiento, si no se gestiona adecuadamente, no logrará proporcionar beneficios en el desarrollo organizacional de la empresa, esto conlleva a que no se pueda alcanzar los objetivos de la compañía (Cegarra y Martínez, 2017).

Entonces, basándose en las definiciones anteriores, la gestión del conocimiento es la forma de crear valor a los saberes adquiridos en la organización, permitiendo capturar, distribuir, compartir y utilizar la información, es decir, detectar quién sabe y qué es lo que sabe para utilizarlo en función de su necesidad, esto permite crear vínculos entre la empresa y los colaboradores para que estos se sientan comprometidos a contribuir en beneficio de la organización, porque tienen presente que si la empresa se desarrolla ellos también podrán hacerlo, por lo tanto se presentan beneficios notables en el desarrollo de las empresas.

Objetivos de la Gestión del conocimiento

Las empresas que hacen pleno uso de sus conocimientos no tienen que repetir tareas ni perder tiempo para hacerlo, ellas están listas para mostrar su rentabilidad y compartir en lugar de acumular conocimientos, por lo tanto, las organizaciones están pasando del conocimiento privado al aprendizaje compartido, generando cambios que permiten el crecimiento organizacional.

Por ello, Nieves y León (2001) indicaron que entre los objetivos que persigue la gestión del conocimiento, se encuentran los siguientes:

(1) Incrementar las oportunidades de negocio; (2) aumentar la comunicación; (3) aumentar la competitividad presente y futura; (4) elevar el liderazgo de las empresas en su mercado; y, (5) elevar el rendimiento.

Partiendo de lo antes mencionado, la GC representa la forma de crear valor a base del conocimiento, por lo tanto se obtienen beneficios a nivel empresarial, entre ellos se encuentra, incrementar las oportunidades de negocio y la productividad, a su vez permite fomentar la comunicación, esto ocasiona que el conocimiento sea compartido dentro de la organización, permitiendo el desarrollo de la entidad porque se da cumplimiento a los objetivos primordiales de la GC, siendo estos aplicados al corto y largo plazo, considerando que se puede elevar el nivel de liderazgo y rendimiento organizacional, lo que se traduce en ventaja competitiva y en nuevas oportunidades de negocios futuros.

Modelos de gestión del conocimiento

A lo largo de la historia se han desarrollado teorías que sirvieron de guía para determinar y explicar con más detalle cómo las empresas deben organizar, gestionar y hacer fluir el conocimiento; entre ellas se encuentran, la teoría de Nonaka y Takeuchi, el modelo de Kershberg, Arthur Anderson y su teoría de las 4 fuentes de la GC, el ciclo de vida conocimiento de Elroy y la teoría de Willian R.King con el procesamiento de la gestión; es por

esto que Avedaño y Flores (2016) en las últimas décadas manifestaron que algunos artículos enfatizaron principalmente en la correcta aplicación de la gestión del conocimiento organizacional para obtener beneficios en el entorno empresarial, lo que permitió que la empresa creciera, y todos los socios se sintieran involucrados. Por lo tanto, lo que persigue la gestión del conocimiento es que éste se pueda transmitir hacia los lugares que puedan ser mejor aprovechados, es decir, áreas o departamentos de las organizaciones que necesiten organizarse y mejorar sus procesos, estos modelos se presentan a continuación:

Modelo de Nonaka y Takeuchi

El conocimiento ha sido considerado de distintas maneras, como un recurso valioso dentro de la organización, este tiene diversas formas de presentarse, tal como lo indicaron Nonaka y Takeuchi citados por Rodríguez, Núñez, y Esparza (2018) quienes detallaron que el conocimiento posee dos aspectos, uno tácito en el cual se relaciona con que el saber está incorporado a la experiencia del propio trabajo, por lo tanto es difícil de transmitir; y el otro explícito, el cual implica comprender de manera intelectual los problemas, este puede ser sencillamente transmitido. A partir de esto, parten las teorías en que recalcan la conceptualización del conocimiento, permitiendo al mismo crearse, transformarse y lograr socializar en el interior de la organización.

Partiendo de lo mencionado anteriormente, se expresa que el conocimiento es considerado como uno

de los recursos más importantes que permite obtener ventajas competitivas a las organizaciones, esto ocasiona que la aplicación correcta del conocimiento ayude a las empresas a innovar y adaptarse a los distintos cambios que pueden presentarse dentro del mercado actual, logrando así posicionarse como una compañía que emplea técnicas innovadoras para cumplir con sus metas y propósitos plasmados a largo plazo.

Según Ortiz, Orozco, Quintero, y Orellano (2017) quienes citaron a Nonaka y Takeuchi, detallaron la existencia de cuatro formas de transformar el conocimiento de tácito a explícito, estas se presentan como socialización, exteriorización, combinación e interiorización. La socialización convierte al conocimiento tácito a tácito, éste se desarrolla a través de compartir experiencias, por lo tanto, se relaciona con bases teóricas que tiene que ver con procesos grupales y la cultura organizacional, puede ser considerado como conocimiento armonizado.

La exteriorización convierte el conocimiento tácito a explícito, este se codifica y posteriormente se añade a un medio físico, a este tipo de conocimiento se lo conoce como del tipo conceptual. La combinación hace que el conocimiento explícito se convierta en explícito porque sistematiza conceptos e integra conocimientos previos, a este tipo de conocimiento se lo conoce como conocimiento sistémico. Por último, la interiorización permite convertir el conocimiento explícito a tácito, esto implica la aplicación del proceso aprender haciendo, esto ayuda a enriquecer el conocimiento tácito mediante la experimentación, para

hacerlo posible se facilitan documentos o manuales que permitan generar el conocimiento operacional, se puede apreciar en la administración de proyectos, uso de innovaciones, adopción de nuevas políticas, entre otras.

Modelo de integración de tecnología de Kerschberg

El modelo de integración tecnológica basado en Avedaño y Flores (2016) es el modelo propuesto por Kerschberg. Aquí se considera que la heterogeneidad es una de las fuentes del conocimiento, porque se establecen una variedad de componentes, que se integran en lo que el autor denomina niveles: la presentación del conocimiento, la gestión del conocimiento y los datos.

Este modelo identifica la necesidad de una arquitectura mejorada con diferentes tecnologías y tiene como objetivo apoyar el proceso de gestión del conocimiento. Se recomienda un alto grado de integración entre los componentes de cada capa, permitiendo el uso de estándares y lenguajes comunes, comunicación de alto nivel entre usuarios, logrando así una gran vitalidad.

Beneficios de la Gestión del Conocimiento

Cueva, Acosta, Idrobo, y Rueda (2017) mencionaron que mientras la GC se logre implementar de manera correcta dentro de la organización, entonces se darán cambios significativos dentro de la misma, por esto, la importancia de aplicar la gestión del conocimiento en la empresa está ligada en la obtención de ventajas, los beneficios de una buena

gestión del conocimiento permiten capturar y compartir buenas prácticas, brindar capacitación y aprendizaje, gestionar las relaciones con los usuarios, desarrollar inteligencia competitiva, brindar trabajo especial y administrar Propiedad intelectual, realización de publicaciones online y fortalecimiento de la cadena de mando.

Otros beneficios adicionales que estos autores identifican son: (1) retención de los conocimientos del personal; (2) mejoramiento de la satisfacción de los usuarios y/o clientes; (3) incremento de los beneficios; (4) soporte de iniciativas de e-business; y, (5) acortamiento de los ciclos de desarrollo de productos. Estos beneficios funcionan siempre y cuando el alto mando y todos los colaboradores, sean partícipes de la aplicación de una gestión del conocimiento acertada, ya que, no solo trae beneficios económicos, sino que, emplea diversos mecanismos que proporciona un ambiente diferente en la organización, permitiendo estrechar las relaciones entre las personas encargadas de hacer producir a la compañía.

De acuerdo con lo mencionado por Bedoya (2015) quien citó a Pávez estimó que la gestión del conocimiento es una innovación, donde las empresas consiguen ser conscientes del valor estratégico que aporta a los resultados de la organización. Además, estima que la gestión posibilita alcanzar los siguientes propósitos:

- (1) Formular una estrategia de alcance organizacional para el desarrollo adquisición y aplicación del conocimiento.
- (2) Implementar estrategias enfocadas al conocimiento.
- (3) Fomentar la mejora continua de los

procesos, haciendo hincapié en la creación y utilización del conocimiento. (4) Realizar seguimiento y evaluar los resultados obtenidos mediante el uso del conocimiento. (5) Reducir los tiempos de los ciclos en el desarrollo de nuevos productos, mejoras de los existentes y desarrollo de soluciones a los problemas. (6) Minimizar errores en los procesos, permitiendo la reducción de costes.

Se ha presentado la importancia de los beneficios que otorga la gestión del conocimiento a las organizaciones, considerando que aporta mejoras en todos los departamentos de la empresa, y logrando así el ahorro de recursos económicos y tiempo, el cual es muy valioso para alcanzar las metas planteadas a largo plazo por las organizaciones.

Mecanismos de transferencia de conocimiento

La literatura mencionada por diferentes autores aporta diversos conceptos sobre la transferencia de conocimiento para que las personas puedan comprender mejor el tema. Es así que Angulo (2019) citó Argote e Ingram quienes mencionaron que la transferencia de conocimiento en las organizaciones es el proceso por el cual una unidad, se ve afectada por la experiencia de otra unidad. Por lo tanto, en este proceso se comparten habilidades, destrezas que permiten crear valor en la persona que recibe el mensaje y emplear el conocimiento compartido por el emisor.

La transferencia de conocimiento, es un proceso de interacción social, en el cual diferentes actores y organizaciones intercambian información, para que este proceso se efectúe, existen estructuras

y mecanismo que permiten compartir el conocimiento. Maynez y Noriega (2015) refirieron que la transferencia de conocimiento es un proceso complejo que consiste en identificar, adquirir y aplicar el conocimiento existente. Este proceso interactivo es interno y externo a la organización, durante este proceso el emisor transfiere su conocimiento en busca que el receptor lo aplique en mejora de sus actividades.

Existen cinco factores que influyen durante el proceso de transferencia del conocimiento, lo cual se fundamenta en la literatura de Ladd & Ward, los cuales son: (1) Los canales de relación. Se refiere a la frecuencia y profundidad bidireccional del contacto entre personas, (2) el grado de la semejanza (intereses, educación) entre los interlocutores o individuos, (3) la depreciación y pérdida de conocimiento después de la transferencia. (4) El autoconocimiento de la organización, la divergencia de los intereses y (5) la congruencia de metas individuales y de organización (Avendaño y Chacón , 2017).

Estos factores influyen directamente en la transferencia efectiva de conocimientos, como se mencionó en la sección anterior; además, la confiabilidad de la información compartida y la relación entre los canales (emisor y receptor) son importantes, para que fluya la información y exista un ambiente de confianza. Otro de los factores que está ligado a las relación con que se desarrollan los actores es el grado de similitud de intereses entre las partes, pues debe existir interés en absorber la información compartida por el emisor, debido que si no hay compromiso o

beneficio, la información no logrará el efecto deseado.

El emisor debe tener la predisposición de compartir todos sus saberes, debido a que una posición evasiva de compartir su experiencia no aportara en la transferencia del conocimiento. Valero y Carvajal (2019) indicaron que esto se puede dar debido a que los agentes de conocimiento pueden verse desmotivados al percibir que las compensaciones ofrecidas por la empresa son escasas, o por considerar que deben dedicar demasiado tiempo y recursos a una actividad que escapa de sus competencias principales. Esta es la causa por la cual el emisor evitará brindar todos sus conocimientos y transferirlos hacia sus compañeros dentro de la organización.

Existen varios métodos formales e informales que permiten realizar la transferencia de conocimientos, los cuales dependen de la naturaleza del conocimiento que se quieren transmitir como son: explícito y tácito. Nonaka y Takeuchi citados por Rojas y Torres (2017) indicaron que “el conocimiento explícito es el conocimiento que puede ser escrito y transferido con relativa facilidad de una persona a otra; en cambio, el conocimiento tácito, es más difícil de articular porque a menudo surge por parte de la experiencia” (p. 32). Por esto se debe determinar que tipo de conocimiento se pretende transmitir para establecer las herramientas a utilizar.

El conocimiento explícito (formal), es fácil de codificar, este conocimiento está presente en las organizaciones en los códigos, reglamentos y procedimientos, para lo cual la organización puede realizar la transferencia de conocimientos mediante el uso de

talleres, charlas, clases, seminarios o sistemas de aprendizaje para transferir el conocimiento. Por el contrario, el conocimiento tácito (informal), es aquel que está presente en las personas y se basa en experiencias, valores y percepciones. Santamaría y Cárdenas (2016) refirieron “el paso de conocimiento tácito y explícito y viceversa permite generar ventajas competitivas a la organización, puesto que su gestión está en recuperarlo y diseminarlo dentro de la empresa” (p. 26).

Otro especialista en el tema, indicó que existen dos formas en las cuales puede darse el proceso de transferencia de conocimiento: la primera es cuando se almacena información en una base de datos y luego se brinda la información a los receptores, en este caso a los trabajadores de la organización; y, la segunda forma se da la transferencia de conocimiento individuo-individuo, el cual ocurre por medio de contactos personales o por el apoyo de tecnología de la información.

La transferencia de conocimiento es uno de los pasos principales para que se genere la gestión del conocimiento en las organizaciones, estudios han demostrado que la gestión del conocimiento es fundamental para crear ventaja competitiva y el crecimiento de una organización; por esta razón, es necesario manejar de una manera correcta el conocimiento presente en los individuos y así lograr obtener cambios favorables dentro de la organización (Macke, Coelho, y Di Diego, 2016).

La innovación

Según Porter citado por Robayo (2016) la innovación no solo hace referencia a

la implementación de nuevas tecnologías, sino también a otro modo de realizar las actividades. La innovación se encuentra en otras formas de hacer las cosas, como desarrollar nuestras estrategias de ventas, nuevos diseños, mejorar el proceso productivo, entre otras, de manera que estas nuevas actividades puedan otorgar a la empresa una ventaja competitiva.

Valencia, Alba, y Herrera (2016) en su artículo indicaron: El término innovación actualmente es muy utilizado en el ámbito empresarial, este factor permite que las empresas lleguen a la cumbre siendo líderes en el mercado con un gran desarrollo, para ello deben basar su éxito en cambios constantes, renovación, evolución y en la adopción de nuevas técnicas y procedimientos que satisfagan las necesidades de los clientes. Además, la innovación se ha desempeñado como un acto de creatividad humana, permitiendo a los empresarios crear barreras que limiten a la competencia y promover la inversión en grandes avances tecnológicos (Vargas, Bahena, y Cordón, 2018).

Geldes y Heredia mencionados por Camaran (2018) argumentaron que el tema innovación es muy amplio y se ha clasificado como abierta y cerrada. La innovación abierta hace referencia a las ideas y capacidades internas y externas que adoptan las empresas al momento de innovar; en cambio, en la innovación cerrada las empresas realizan todo el proceso de creación de su propio conocimiento y capacidades con un enfoque más interno de la empresa.

Según se mencionó en el párrafo anterior, Alvarez y Alvarez, M (2018) la innovación abierta a generado grandes

aportes en el mundo empresarial, “significa que ideas valiosas pueden venir del interior o el exterior de la empresa, y también pueden llegar al mercado desde adentro o afuera de la empresa” (p. 3). Esto conlleva a las empresas a estar relacionadas con el medio externo, clientes, competencia, proveedores, así también, con el entorno interno de la organización como sus colaboradores, esto permite detectar ideas que generarán innovación.

De acuerdo con lo expresado por Sánchez, Cervantes, y Peralta (2016) quienes mencionaron que la innovación en las organizaciones no solo hace referencia a la adquisición de nueva tecnología, maquinarias, la modificación e implementación de procedimientos, sino también influye la forma de pensar de los gestores, los nuevos paradigmas, normas, procesos, políticas organizacionales que establezcan. Es así, que para obtener una efectiva innovación en las organizaciones es importante la combinación de estos dos factores, procedimientos y el conocimiento de la persona que lidera la empresa.

Según Arrow citado por Quiroga, Murcia, Hernández, y Torrent (2019) Algunos estudios recientes, sobre innovación, señalaron que los procesos de innovación en las empresas de países desarrollados están siendo modificados. En donde los procesos de información al transformarse en conocimiento producen competencias diferenciadoras que facilitan los procesos de innovación a través del aprender haciendo, generando nuevos productos y tecnologías. Esto cumple con las etapas de innovación, como lo menciona Seclen y López (2020)

quienes citaron a Damanpour quien mencionó “el proceso de innovación tiene tres etapas: la generación, el desarrollo y la implementación de nuevas ideas” (p. 120).

Las ventajas que las empresas pueden obtener al aplicar innovación en todos sus procesos les permite llegar a ser líderes en el mercado, para esto deben estar dispuestos a implementar cambios. Además, el contacto con los agentes externos a la organización permite la generación, implementación y desarrollo de nuevas ideas que solo serán generadas por quienes integran la organización.

Estrategias de innovación

El origen de la estrategia surge en los 340 a 400 años A.C en el cual sus inicios están asociados al estrategia militar chino Sanz. La palabra estrategia proviene del vocablo griego strategos, stratos que significa ejército y agein que hace referencia a conducir o guiar. La unión de estas palabras representa el arte del general en la guerra (Maldonado, Benavides, y Buenaño, 2017) . A lo largo de la historia la definición de estrategia ha tenido cambios, debido a la complementación con otras áreas de aplicación como son en el sector empresarial, por lo cual Ansoff y McDonnell citados por Correa, Sugahara, y Rodrigues (2015) definieron a la estrategia como “un conjunto de reglas para la toma de decisiones del comportamiento de una organización” (p. 69).

En base a ello se puede indicar que las estrategias son guías o reglas que se deben seguir para la toma de correctas decisiones en la gestión administrativa, permiten obtener mejores resultados y diferenciación. Las estrategias están

estrechamente ligadas a la innovación y creatividad del talento humano dentro de las empresas, las estrategias claras y definidas conllevan al éxito.

Las estrategias de innovación son acciones proactivas orientadas a la presentación de nuevos productos y servicios que causan cambios impactantes en el entorno empresarial. Según mencionaron Landazury y Ferrer (2016) las estrategias de innovación se clasifican en cinco estrategias, las cuales se mencionan a continuación:

Estrategia innovadora ofensiva

Esta estrategia busca conseguir el liderazgo técnico y de mercado, posicionándose frente a su competencia y focalizando su esfuerzo en la introducción de nuevos productos y procesos. Las empresas al aplicar esta estrategia se caracterizan por intensa gestión de investigación.

Estrategia innovadora defensiva.

La estrategia innovadora defensiva a diferencia de la estrategia anterior no tiene el objetivo de ser el primero en liderar, pero tampoco quiere quedarse atrás del cambio. Esta estrategia se basa en la naturaleza y el ritmo de las innovaciones.

Estrategia imitativa

La estrategia imitativa no tiene la finalidad de superar a los demás, ni siquiera mantenerse. Su estrategia es dependiente, no intenta empezar o imitar cambios técnicos en su producto, se basa en disponer de menores costes en las actividades productivas. Esta estrategia se basa en imitar la actuación de otras empresas, limitándose a determinados entornos que pueden estar protegidos por aranceles o

políticas sociales, que son favorables en costes de producción.

Estrategia tradicional

En la estrategia tradicional el producto no tiene cambios significativos o no tiene ninguna modificación. Las empresas se basan en realizar los procesos o productos de la misma manera a menos que el mercado o un cliente imponga nuevas formas o características, las innovaciones en esta estrategia se basa en adoptar innovaciones de procesos, que han sido generadas en otro lugar pero que están disponibles para toda la industria.

Estrategia oportunista o de nicho.

La estrategia de nicho, es aquella que se enfoca sus esfuerzos en un segmento específico, el cual busca satisfacer las necesidades de esa población. La empresa que se basa en esta estrategia busca encontrar un nicho importante y ofrecer un producto o servicio que los consumidores necesitan, pero que nadie más pensó en suministrarlo.

Cada una de las estrategias mencionadas tienen su característica que las define, pero esto no garantiza que una estrategia es mejor que otra, para lograr el éxito empresarial. Canós, Pons, y Santandreu (2015) mencionaron que: “la estrategia debe adaptarse a sus condiciones (financieras, productivas, de mercado, etc.) y a su entorno” (p. 2). La empresa debe identificar la estrategia que más se adecua a su entorno interno y externo.

La Gestión del conocimiento como fuente de innovación

El creciente reconocimiento otorgado al conocimiento ha logrado considerarlo

uno de los factores importantes dentro de la producción, porque ha logrado el desarrollo de nuevas tecnologías, métodos y distintas estrategias que le permiten ser considerado prioridad dentro de las organizaciones, gracias a esto se logra el crecimiento empresarial tanto a nivel económico como social, tal como lo indicaron Avedaño y Flores (2016) quienes citaron a Rodríguez y concuerdan en que al momento de incorporar estos métodos, es necesario la realización de cambios en la organización para ayudar a la toma de decisiones, por ejemplo el incremento del uso de las TIC, flexibilidad y aplanamiento de estructuras. Para esto el personal debe ser consciente de que se necesita asumir retos y capacidad de decidir, esto fomenta que las relaciones interpersonales sean un instrumento para llevar a cabo el intercambio el conocimiento.

Es importante, resaltar la visión de los autores al reconocer que el papel de la innovación dentro de las organizaciones juega un rol destacable al momento de mejorar los resultados de la compañía, ello implica la reducción de costos administrativos o a su vez, de transacción; lo que da como resultado un mejoramiento en el nivel de satisfacción en el trabajo y el incremento de la productividad.

La gestión del conocimiento para Díaz y Guambi (2018) establece herramientas que permiten el progreso a las organizaciones, pero cuando se refieren al conocimiento lo relacionan con los sistemas ya que su finalidad va direccionada a recibir, sintetizar y distribuir la información, de tal manera que este conocimiento sirva para tomar decisiones. Sin embargo, toma en consideración que la correcta gestión

ayuda a generar nuevos saberes, permite incluir a la innovación como uno de los factores importantes dentro de los procesos productivos de las organizaciones.

Para Avedaño y Flores (2016) la innovación busca desarrollar tres acciones importantes, estas permiten gestionar de manera correcta el conocimiento, entre estas tenemos como primer punto a la identificación de las oportunidades de innovación, en donde se desarrolla el sentido de la anticipación, permitiendo explorar todos aquellos factores inmersos en el entorno; en segundo punto se encuentra la identificación de los conocimientos relevantes, para desarrollarlo es necesario tomar en consideración las experiencias, habilidades, actitudes y aptitudes de cada individuo, al ser cada persona diferente, se plantean diversas formas de conocimiento que pueden aportar de manera significativa en la organización; y como último se presenta la generación de las soluciones sostenibles y rentables, estas se presentan como necesidades, problemas, dificultades y desafíos de tal manera que sea el comienzo de una nueva visión que permita afrontar todas las adversidades que se puedan presentar y desarrollando capacidad innovador.

Método

El enfoque del presente estudio es cuantitativo, pues de acuerdo con Gessi, Nuske, Thesing, Allebrandt, y Baggio (2017) la determinación de los resultados se puede medir, lo que significa que es necesario traducirlo en números, opiniones e información para clasificarlos y analizarlos.

Para el desarrollo, se utilizó desde una investigación exploratoria que de acuerdo con lo que indicó Méndez “La investigación exploratoria permite una aproximación a un tema de investigación del cual se ha investigado poco” (Bedoya, 2015). El estudio de la gestión del conocimiento es un tema que ha venido tomando relevancia en algunos países de Latinoamérica, sin embargo, en el Ecuador hay pocas investigaciones referentes a la gestión del conocimiento. Finalmente se llega hasta una investigación de tipo correlacional, debido a que permite encontrar la relación entre las variables investigadas.

En cuanto a las técnicas, para recolectar información se recurrió a fuentes secundarias, en donde se consultó artículos de revistas y libros de los últimos años, también se utilizó fuentes primarias utilizando la técnica de la encuesta, para lo cual se tomó como base la tesis doctoral titulada: El impacto de la gestión del conocimiento y las tecnologías de información en la innovación: un estudio en las PYME del sector agroalimentario de Cataluña (Arceo, 2009). Este instrumento fue adaptado y modificado de acuerdo a las necesidades de la investigación y contexto, estableciendo un cuestionario que contiene 3 preguntas, una de ellas se divide en cinco bloques, cada bloque por una dimensión: (a) el primer bloque por el factor conocimiento interno, (b) el segundo bloque por conocimiento externo, (c) tercer bloque conocimiento individual, (d) cuarto bloque mecanismos de transferencia de conocimiento y finalmente (e) el quinto bloque conformado por conocimiento e innovación. La encuesta fue contestada según el criterio del encuestado con una escala tipo Likert de 5 puntos, en la que

1 es igual a totalmente en desacuerdo, 2 en desacuerdo, 3 Ni en acuerdo ni en desacuerdo, 4 De acuerdo y, 5 igual a totalmente de acuerdo.

En la presente investigación se consideró como población de estudio a 75 empresas del sector manufacturero de la ciudad de Machala, obtenidas del portal de la Superintendencia de Compañías Valores y Seguros (SUPERCIAS). Para el cálculo de la muestra se hace uso de la siguiente fórmula para población finita (cuando se conoce el total de unidades de observación que la integran) como lo indicó (Aguilar, 2005):

$$N = \frac{NZ^2pq}{d^2(N-1) + Z^2pq}$$

N= Total de la población, Z= 1.96 al cuadrado (si la seguridad es del 95%), p = proporción aproximada del fenómeno en estudio en la población de referencia (en este caso 5% = 0,05), q = proporción de la población de referencia que no presenta el fenómeno en estudio (1 -p). En este caso 1 - 0.05 = 0,95 y d= precisión (5%)

Mediante el cálculo de la fórmula, se obtuvo como resultado, que se debe aplicar la encuesta a 38 empresas del sector manufacturero de la ciudad de Machala provincia de El Oro, Ecuador. La encuesta estuvo dirigida a los gerentes y directivos de las organizaciones, a continuación, se detalla el cálculo de la fórmula:

$$= \frac{75(1.96)^2(0.05)(0.95)}{(0.05)^2(75-1) + 1.96^2(0.05)(0.95)}$$

$$N = \frac{13.6857}{0.367476}$$

Para el proceso de levantamiento de información se realizó el contacto inicial telefónico con las empresas, exponiendo el motivo de la llamada y solicitando el correo electrónico para un envío posterior del link del formulario realizado en Google Form, acompañado de una carta informativa donde se explicaba el objeto de estudio del cuestionario. Los números telefónicos se obtuvieron de la base de datos de la Superintendencia de Compañías Valores y Seguros.

De esta manera se obtuvo la información referente a la gestión del conocimiento en las empresas del sector manufacturero, según los datos obtenidos de las encuestas realizadas, se obtuvo que el 26.3 % de las personas encuestadas correspondieron al género femenino, mientras que el 73.7% al género masculino, esto de acuerdo a la aplicación del instrumento en las empresas del sector manufacturero. En el cual las encuestas fueron contestadas por aceptación voluntaria de los empresarios y la información se manejó con absoluta confidencialidad lo que permitió su posterior análisis, en el cual las hipótesis a ser comprobadas en este estudio fueron las siguientes:

H1: El conocimiento individual es un factor que permite la innovación empresarial.

H2: El conocimiento externo es un factor favorable en la generación de innovación.

H3: La transferencia de conocimientos es un factor que permite la innovación empresarial.

Para el análisis de los datos cuantitativos que se desarrollaron en la presente investigación, se empleó la

herramienta estadística Statistical Package for the Social Sciences (SPSS). Para el análisis de las hipótesis se realizó el cálculo de correlación de Pearson, que permitió medir la relación de las variables y el análisis de regresión que permitió establecer la relación entre la variable gestión del conocimiento y la variable innovación.

En la hipótesis 1, se realizó el cálculo, utilizando las variables de la dimensión conocimiento individual con el bloque de las variables conocimiento e innovación, en el cual se realizaron distintas pruebas, para determinar el valor de relación más alto, y así considerar el resultado más cercano posible a alcanzar la hipótesis planteada.

Para hipótesis 2, se realizó el cálculo, utilizando las variables de la dimensión conocimiento externo con la dimensión de las variables conocimiento e innovación, en el cual se probaron todas las variables con la finalidad de obtener resultados en los cuales la correlación sea altamente positiva.

Para los resultados de la hipótesis 3 se realizó la correlación entre las variables de la dimensión transferencia de conocimientos con la dimensión de las variables conocimiento e innovación, al igual que en las hipótesis anteriores se realizó el mismo procedimiento.

Con la finalidad de medir el impacto que tiene la gestión de conocimiento como estrategia de innovación se realizó el análisis de regresión, en el cual se midió la variable independiente (gestión del conocimiento) con la variable dependiente (innovación), lo cual permitió estimar la relación existente entre estas dos variables.

Resultados

La familiaridad con los conceptos gestión del conocimiento es muy alentadora. Debido a que se tiene constancia de que el 34,2% de los encuestados expresó haber escuchado hablar del tema, seguido del 26,3% de las empresas que aplican la gestión del conocimiento, e incluso lo consideraron parte de su estrategia, y finalmente con un 15,8% los conceptos son familiares para los gerentes y directivos, pero no se aplican en la empresa, como se refleja en la figura 1.

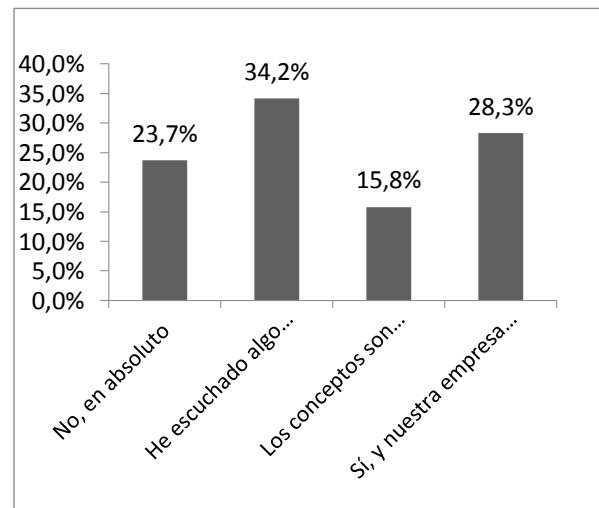


Figura 1. Familiaridad de conceptos gestión del conocimiento.

La variable latente gestión del conocimiento está estructurada en sus cuatro dimensiones; conocimiento interno, conocimiento externo, conocimiento individual, mecanismos de transferencia de conocimiento en la organización cada una conformada por tres variables. Por otro lado, la variable latente innovación se compone de una dimensión la cual es conocimiento e innovación conformada por tres variables. Mediante el cálculo de

correlación de Pearson se pretende medir la asociación entre las variables, comprobando las hipótesis planteadas.

Prueba de hipótesis

H_{1_0} : El conocimiento individual no es un factor que permite la innovación empresarial.

H_{1_1} : El conocimiento individual es un factor que permite la innovación empresarial.

Los datos expresados en la Tabla 1 del análisis de correlación de Pearson entre

la variable conocimiento individual y la variable de innovación, ver tabla 1. Presenta una relación positiva alta entre estas variables de conocimiento, siendo ubicados entre 0,73 y 1 existiendo una correlación positiva alta entre estas variables. Estos datos permiten establecer, que en la medida que la empresa identifica el conocimiento, habilidades y destrezas, entonces se considera al conocimiento como un elemento crítico para mejorar la capacidad de innovación empresarial.

Tabla 1

Correlación entre conocimiento, habilidades, destrezas y capacidad de innovación

		¿Se ha identificado el conocimiento, habilidades y destrezas adquiridas por el personal para un aprovechamiento óptimo dentro de la empresa?	¿Se reconoce en la organización el valor del conocimiento como elemento crítico para mejorar la capacidad de innovación empresarial?
¿Se ha identificado el conocimiento, habilidades y destrezas adquiridas por el personal para un aprovechamiento óptimo dentro de la empresa?	Correlación de Pearson	1	.733**
	Sig. (bilateral)		.000
	N	38	38
[¿Se reconoce en la organización el valor del conocimiento como elemento crítico para mejorar la capacidad de innovación empresarial?	Correlación de Pearson	.733**	1
	Sig. (bilateral)	.000	
	N	38	38

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Esta tabla indica la relación existente entre conocimiento, habilidades, destrezas y capacidad de innovación.

En la Tabla 2 se presentan los datos obtenidos del análisis de correlación de Pearson entre el conocimiento individual, y la variable de conocimiento e innovación, visualizar tabla 2. El coeficiente de correlación de 0.800,

denota una relación positiva altamente significativa entre las variables, es decir, cuanto más conocimientos, habilidades y destrezas posee el personal de la empresa, más metas organizacionales se establecen en cada área de trabajo.

La Tabla 3 representa el análisis de correlación de la variable conocimiento individual y la variable conocimiento e innovación, ver tabla 3. En la cual se ha obtenido un valor del coeficiente de Pearson distinto de 0 ($R = 0,796$), por lo que se puede afirmar que existe correlación alta entre las variables, considerando que se relacionan directamente, es decir, cuando se realizan programas de incentivos a nuevas ideas y proyectos, se establecen estrategias para la inserción de ideas de los clientes y proveedores en función a la innovación empresarial.

Una vez realizado el análisis de correlación entre las variables de la dimensión conocimiento individual y

conocimiento e innovación, se obtiene las correlaciones más significativas como se muestra en las tablas 1, 2 y 3. Por lo tanto, se encuentra que el análisis aporta evidencia empírica significativa en favor de la hipótesis alternativa planteada (El conocimiento individual es un factor que permite la innovación empresarial), entonces se rechaza la hipótesis nula considerando que existe una relación directamente proporcional entre las dimensiones conocimiento individual con la dimensión conocimiento e innovación. En la figura 2 se presenta un diagrama de dispersión que grafica las relaciones encontradas entre estas dos dimensiones.

Tabla 2

Correlación entre conocimiento, habilidades, destrezas y objetivos organizacionales.

		¿Se ha identificado el conocimiento, habilidades y destrezas adquiridas por el personal para un aprovechamiento óptimo dentro de la empresa?	¿Se establecen objetivos organizacionales realizables de forma conjunta por cada área de trabajo?
¿Se ha identificado el conocimiento, habilidades y destrezas adquiridas por el personal para un aprovechamiento óptimo dentro de la empresa?	Correlación de Pearson	1	.800**
	Sig. (bilateral)		.000
	N	38	38
¿Se establecen objetivos organizacionales realizables de forma conjunta por cada área de trabajo?	Correlación de Pearson	.800**	1
	Sig. (bilateral)	.000	
	N	38	38

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Esta tabla indica la relación existente entre conocimiento, habilidades, destrezas y objetivos organizacionales.

Tabla 3

Correlación entre programa de incentivos y estrategias de innovación.

		¿Se establecen programas de incentivos a las nuevas ideas y proyectos?	¿Se establecen estrategias para la inserción de ideas de los clientes y proveedores en función a la innovación empresarial?
¿Se establecen programas de incentivos a las nuevas ideas y proyectos?	Correlación de Pearson	1	.796**
	Sig. (bilateral)		.000
	N	38	38
¿Se establecen estrategias para la inserción de ideas de los clientes y proveedores en función a la innovación empresarial?	Correlación de Pearson	.796**	1
	Sig. (bilateral)	.000	
	N	38	38

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Esta tabla indica la relación existente entre programa de incentivos y estrategias de innovación.

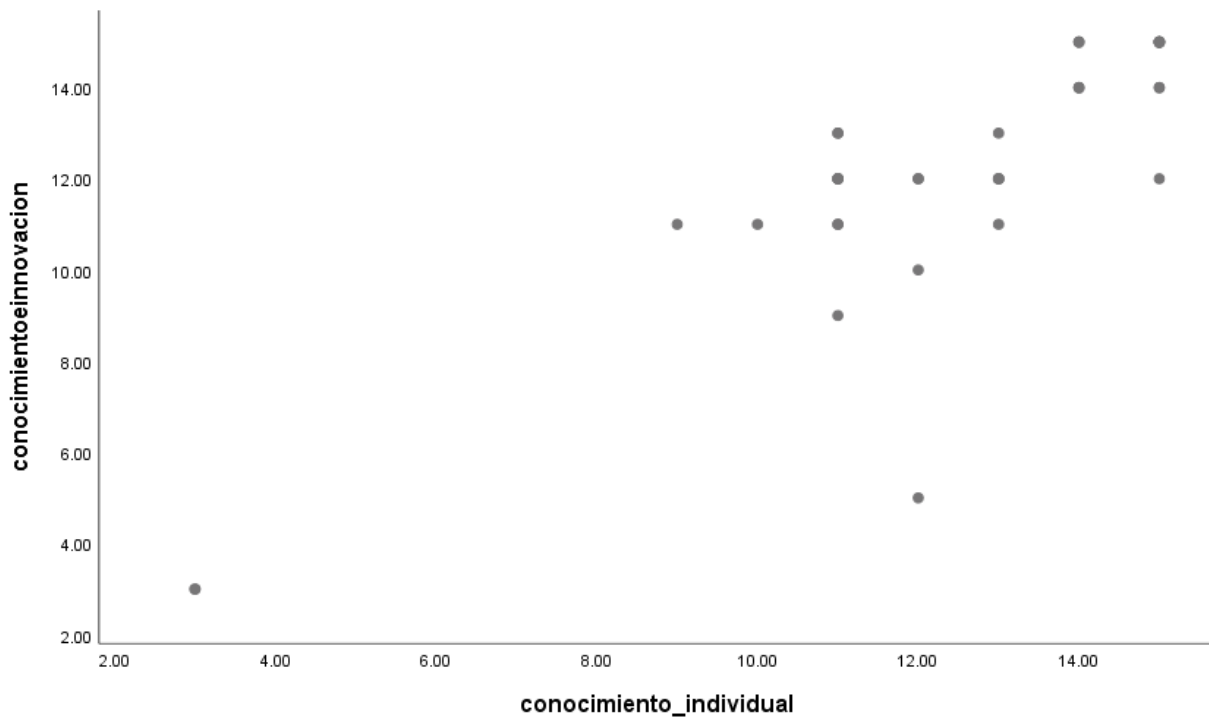


Figura 2. Diagrama de dispersión entre la dimensión de conocimiento individual y conocimiento e innovación.

Prueba de hipótesis

$H2_0$: El conocimiento externo no es un factor favorable en la generación de innovación.

$H2_1$: El conocimiento externo es un factor favorable en la generación de innovación.

La Tabla 4 presenta el análisis de correlación de la variable conocimiento externo y la variable conocimiento e innovación, ver tabla 4, Los valores revelan un $r = 0,79$, lo cual indica que existe relación positiva alta entre las variables, esto permite comprobar la

hipótesis alternativa 2, es decir, en la medida que la empresa mantiene contacto continuo con el entorno y desarrolla redes comunicación, entonces se establecen objetivos organizacionales de manera conjunta, esto ayuda a la generación de innovación, por ende se rechaza la hipótesis nula considerando que el conocimiento externo es un factor favorable en la generación de la innovación. En la figura 3 se visualiza un diagrama de dispersión que grafica las relaciones encontradas en la dimensión conocimiento externo con la dimensión conocimiento e innovación. Ver figura 3.

Tabla 4

Correlación entre el contacto del entorno y los objetivos organizacionales.

		¿La empresa mantiene contacto continuo con el entorno y desarrolla redes de comunicación (clientes, proveedores, competidores?)	¿Se establecen objetivos organizacionales realizables de forma conjunta por cada área de trabajo?
¿La empresa mantiene contacto continuo con el entorno y desarrolla redes de comunicación (clientes, proveedores, competidores?)	Correlación de Pearson Sig. (bilateral)	1	.793** .000
	N	38	38
¿Se establecen objetivos organizacionales realizables de forma conjunta por cada área de trabajo?	Correlación de Pearson Sig. (bilateral)	.793** .000	1 38
	N	38	38

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Esta tabla indica la relación existente entre el contacto con el entorno y los objetivos organizacionales.

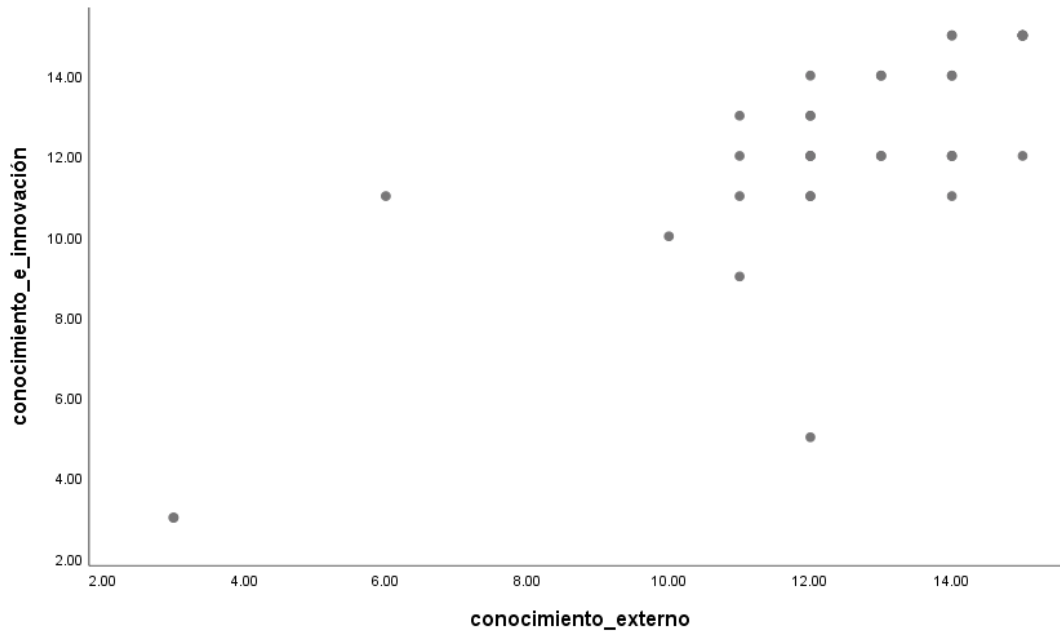


Figura 3. Diagrama de dispersión entre el contacto con el entorno y los objetivos organizacionales

En cuanto a los mecanismos de transferencia de conocimiento utilizados por las empresas participantes en este estudio, a partir de las respuestas obtenidas durante la encuesta, se determina que existe trabajo en equipo en la organización, la comunicación es abierta y todos los empleados cuentan con un plan estratégico de aprendizaje e inducción. Asimismo, existe un mecanismo de difusión de ideas de manera ascendente, existe un clima colaborativo que incentiva el intercambio de ideas innovadoras y se formulan políticas para la generación, difusión de nuevas ideas y conocimientos.

Prueba de hipótesis

$H3_0$: La transferencia de conocimientos no es un factor que permite la innovación empresarial.

$H3_1$: La transferencia de conocimientos es un factor que permite la innovación empresarial.

La Tabla 5 demuestra los resultados obtenidos del análisis de correlación entre las variables mecanismos de transferencia del conocimiento y la variable del conocimiento e innovación, ver tabla 5, en la cual los valores expresan que existe una relación positiva muy alta con un coeficiente de Pearson de 0,874. Es así que las empresas al disponer de mecanismos que permitan la circulación de ideas de forma ascendente, entonces en la misma medida establecen estrategias para la inserción de ideas de clientes, proveedores en función de la innovación empresarial.

La Tabla 6 representa los resultados obtenidos del análisis de correlación de Pearson entre la variable de la dimensión mecanismos de transferencia del conocimiento en la organización y la variable del conocimiento e innovación, ver tabla 6. Estos valores expresan que existe una relación positiva alta con un coeficiente de correlación $r = 0,832$, ver

figura 4. En el cual las variables se encuentran relacionadas de manera directamente proporcional, por lo que mientras exista un clima de colaboración que propicie el intercambio

de ideas para la innovación se establecen estrategias para la inserción de ideas de los clientes y proveedores en función a la innovación empresarial.

Tabla 5

Correlación entre los mecanismos de transferencia del conocimiento estrategias de innovación.

		¿Se han dispuesto mecanismos para que las ideas circulen de forma ascendentes?	¿Se establecen estrategias para la inserción de ideas de los clientes y proveedores en función a la innovación empresarial?
¿Se han dispuesto mecanismos para que las ideas circulen de forma ascendentes?	Correlación de Pearson Sig. (bilateral) N	1 38	.874** .000 38
¿Se establecen estrategias para la inserción de ideas de los clientes y proveedores en función a la innovación empresarial?	Correlación de Pearson Sig. (bilateral) N	.874** .000 38	1 38

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Esta tabla indica la relación existente entre la variable mecanismos de transferencia de conocimientos y la variable innovación.

Tabla 6

Correlación entre el clima de colaboración y estrategias de inserción de ideas.

		¿Existe un clima de colaboración que propicie el intercambio de ideas para la innovación?	¿Se establecen estrategias para la inserción de ideas de los clientes y proveedores en función a la innovación empresarial?
¿Existe un clima de colaboración que propicie el intercambio de ideas para la innovación?	Correlación de Pearson Sig. (bilateral) N	1 38	.832** .000 38
¿Se establecen estrategias para la inserción de ideas de los clientes y proveedores en función a la innovación empresarial?	Correlación de Pearson Sig. (bilateral) N	.832** .000 38	1 38

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Esta tabla indica la relación existente entre el clima de colaboración y estrategias de inserción de ideas.

En la figura 4 se visualiza relación positiva entre las variables que se encuentran ubicadas en la dimensión mecanismos de transferencia de conocimiento y la dimensión conocimiento e innovación obteniendo, por lo tanto, el valor de Y se incrementa en la medida que aumenta el valor de X. Es así, que en base a los resultados obtenidos se rechaza la hipótesis nula 3 y se acepta la hipótesis alternativa 3 (La transferencia de conocimientos es un

factor que permite la innovación empresarial), ver figura 4.

En la tabla 7 se encuentran los resultados obtenidos del cálculo de regresión en el cual se determinó la variable gestión del conocimiento (independiente) con la variable estrategia de innovación(dependiente), en el cual el valor de R es de 0.733, lo que expresa que existe un alto grado de correlación entre las variables de estudio, ver tabla 7.

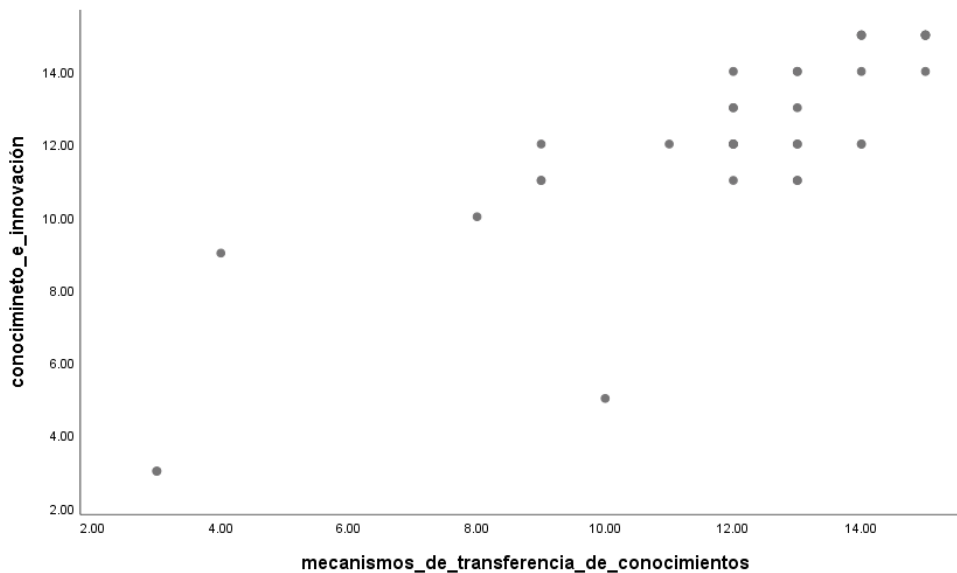


Figura 4. Diagrama de dispersión entre mecanismos de transferencia de conocimiento y conocimiento e innovación.

Tabla 7

Regresión entre variable gestión del conocimiento e innovación

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	.733 ^a	.537	.524	.695

a. Predictores: (Constante), Conocimiento individual [¿Se ha identificado el conocimiento, habilidades y destrezas adquiridas por el personal para un aprovechamiento óptimo dentro de la empresa?]

Esta tabla indica el modelo de regresión entre la variable gestión del conocimiento y la innovación.

Otro de los factores importantes dentro de la gestión del conocimiento es la aceptación al cambio, tal y como lo representa la figura 5. En la cual se evidencia que las organizaciones han logrado implementar cambios significativos dentro de los últimos 2 años, dentro de los cuales se encuentra que un 46.2% de los encuestados mencionaron que se ha dado la creación de un nuevo producto o servicio, seguido del 43.6% que representa la adaptación de nuevas tecnologías. Ver figura 5.

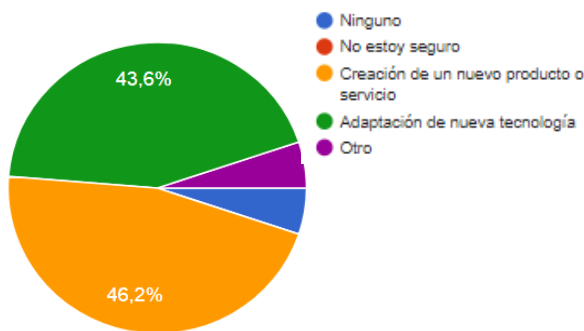


Figura 5. Cambios implementados en los últimos 2 años en las empresas manufactureras de la ciudad de Machala

Discusión

En la presente investigación se analizó la gestión del conocimiento como estrategia de innovación empresarial, para este tema existe material bibliográfico limitado, sin embargo aporta los argumentos necesarios para conocer y comprender el dinamismo de la gestión del conocimiento dentro de las organizaciones. De manera que, al implementar de manera correcta la GC, se reconoce al conocimiento como un factor que brinda valor al capital intelectual que posee la organización y al gestionarlo hace que todos aquellos saberes se

vinculen a todos los colaboradores, por ende, a todos sus departamentos.

Resulta interesante la relación existente entre gestión del conocimiento e innovación, puesto que se pudo determinar en primera instancia que dentro de la organización las personas encuestadas están familiarizados con la terminología gestión del conocimiento, como se puede visualizar en la Figura 1, uno de los puntos importantes en este análisis es la existencia de un mayor porcentaje de personas encuestadas han escuchado algo sobre el tema gestión del conocimiento, siendo reflejado en un porcentaje de 34,2%.

Por otro lado, existen empresas que, si conocen acerca de este tema y trabajan de manera activa con estos conceptos, con un 28,3%; sin embargo, a pesar de existir ese porcentaje, son pocas las empresas que lo conocen en su totalidad, este es un valor reflejado en un 15,8%. Además, existe un 23,7% de personas que indicaron que no conocen en lo absoluto sobre el tema gestión del conocimiento, lo cual nos ratifica que el conocer acerca del concepto o estar relacionado con la gestión del conocimiento conlleva a los empresarios a decidir su aplicación como estrategia innovadora.

Los resultados obtenidos en la presente investigación acerca del conocimiento individual y la innovación, concuerdan con los presentados por Rubier (2019) en donde detalló que el conocimiento se encuentra incorporado en distintas áreas de la organización, todo esto permite elevar el rendimiento de la

empresa, al mismo tiempo agiliza y brinda soporte al conocimiento de manera automática, presentando un balance entre el capital humano y la información que maneja cada uno en los procesos productivos inmersos en la organización.

Como resultado de la relación entre el conocimiento, habilidades, destrezas y la capacidad de innovación, se indica una correlación positiva de 0.73, esto permite determinar que mientras más se identifique el conocimiento, habilidades y destrezas del personal, mayor será el reconocimiento del conocimiento como un elemento crítico para mejorar la capacidad de innovación empresarial, esto se refleja en la Tabla 1. Así también, en los resultados de la correlación entre el ítem de conocimiento, habilidades, y destrezas con el establecimiento de objetivos organizacionales, muestran una correlación de 0.80, lo cual es bastante significativo e indica que existe una relación positiva directamente proporcional, en la identificación de habilidades y destrezas de los empleados con el establecimiento de objetivos realizables de manera conjunta en cada área de trabajo, esto se lo pudo evidenciar en la tabla 2; por otra parte, en la Tabla 3, se presenta un coeficiente de correlación de 0.796, dando como resultado la existencia de una relación positiva alta entre estas variables, lo que conlleva a determinar que mientras la empresa dé importancia a las nuevas ideas y nuevos proyectos propuestos por sus colaboradores, la organización considerará las ideas o comentarios de clientes y proveedores en función de la innovación.

Una vez realizado el análisis de correlación, se demuestra que los resultados aportan evidencia empírica significativa, por lo que se rechaza la hipótesis nula planteada (el conocimiento individual no es un factor que permite la innovación empresarial, en este punto se notó la existencia de una relación directamente proporcional) y se acepta la hipótesis alternativa el conocimiento individual es un factor que permite la innovación empresarial y la existencia de una relación directamente proporcional entre las dimensiones conocimiento individual con la dimensión de la innovación. En la figura 2 se presenta un diagrama de dispersión que grafica las relaciones encontradas.

En los resultados de la Tabla 4 se tiene un coeficiente de correlación de 0.79 positiva lo cual indica que existe una relación alta entre las variables, esto permite comprobar la hipótesis alternativa 2, es decir, en la medida que la empresa mantienen contacto continuo con el entorno y desarrolla redes comunicación, entonces se establecen objetivos organizacionales de manera conjunta, esto ayuda a la generación de innovación, por ende se rechaza la hipótesis nula y se considera que el conocimiento externo es un factor favorable en la generación de la innovación.

De acuerdo a los datos obtenidos referentes a la transferencia del conocimiento, se concuerda con Touriñan (2019) quién detalló que la transferencia del conocimiento es importante como un medio de difusión, al momento de emplear mecanismos eficaces los cuales permiten que el conocimiento llegue a

todos los departamentos de la organización, fomentando ventaja en consideración a otras empresas.

Según los resultados obtenidos en esta investigación, los mecanismos de transferencia de conocimiento que aplican las empresas del sector manufacturero, en la ciudad de Machala se da a través del conocimiento explícito y tácito, debido a que existe trabajo en equipo y comunicación abierta entre todos los colaboradores lo que permite la transmisión de conocimientos a base de experiencias que se generan al realizar las actividades. Por otro lado, a la hora de generar ideas, hay planes estratégicos y de formación para aprender y orientar a los empleados.

Tomando en consideración las dimensiones de transferencia del conocimiento y la innovación, se pudo establecer que la Tabla 5 demuestra que existe una relación positiva fuerte, por ende, al momento de disponer mecanismos para que las ideas circulen de forma ascendente, entonces se puede establecer la inserción de ideas de clientes, proveedores, lo que permite la innovación empresarial con un valor de 0.87. En la Tabla 6 se consideran los resultados obtenidos de los mecanismos necesarios para exista un clima de colaboración, lo que garantiza la inserción de ideas por parte de los clientes y proveedores, esto hace que la empresa mantenga una ventaja competitiva en función a la innovación empresarial, estos valores se ubicaron en 0.83, lo cual refleja resultados de relaciones positivas.

Con los resultados se procede a rechazar la hipótesis nula 3, anteriormente planteada la cual establece que la transferencia de conocimientos no es un factor que permite la innovación empresarial y se acepta la hipótesis alternativa 3. Es así, que se determina que la transferencia de conocimientos está relacionada con la innovación. Y en base a estos resultados se reafirma con el fundamento teórico, establecido por Michael E. Porter, en su libro "La ventaja competitiva de las naciones, donde se menciona a la innovación como un elemento esencial para obtener una ventaja competitiva en las empresas, y este elemento se genera a través de la transferencia de conocimiento" (Salas y Garza, 2016, p. 150).

En los resultados también se encuentran los datos obtenidos del cálculo de regresión en el cual se determinó la variable gestión del conocimiento (independiente) con la variable estrategia de innovación (dependiente), en donde el valor de R es de 0.733, esto expresa que existe un alto grado de correlación entre las variables. Esto es consistente con los trabajos de Nonaka y Takeuchi sobre la creación de conocimiento organizativo quienes conciben el conocimiento como requisito principal para la innovación y para la competitividad de la empresa (Vidal y Alcami, 2005).

Por otro lado, en la dimensión de innovación, en que se buscó conocer los cambios implementados en los últimos 2 años en las organizaciones, se evidenció que el 46.2% de los encuestados manifestaron que se desarrolló la creación de un nuevo

producto o servicio dentro de la organización, mientras que el 43.6% manifestaron que se ha presentado la adaptación de nueva tecnología en sus procesos (ver figura 5). De acuerdo a ello, se establece que la cultura empresarial está preparada para abandonar la inercia y generar cambios en mejora de la organización, es importante recalcar que si se reconoce al conocimiento como un factor fundamental de innovación en las empresas manufactureras de la ciudad de Machala.

Según los temas abordados en esta investigación acerca de la gestión del conocimiento, se concluye que la comprensión lectora ha sido posible en virtud de la detallada revisión de la literatura científica asociada con las dimensiones que se desarrollan dentro de una GC, a su vez aportan argumentos a esta teoría. Se recomienda hacer estudios que evalúen de manera más profunda el alcance de la gestión del conocimiento por departamentos.

Se realizó el estudio de los mecanismos de transferencia de conocimientos como factor de innovación en las empresas manufactureras, y para ello, se identificaron los mecanismos que permiten la generación de información e intercambio de ideas.

Se determinó el nivel de aceptación que la Gestión de Conocimiento tiene como estrategia de innovación, permitiendo el cumplimiento de los

objetivos y expectativas a corto, mediano y largo plazo en las empresas pertenecientes al sector manufacturero.

Finalmente, con los resultados arrojados por el software estadístico Statistical Package for the Social Sciences (SPSS), se analizó la gestión del conocimiento como estrategia de innovación en las empresas de la industria manufacturera en la ciudad de Machala, en el que se procesaron los datos primarios obtenidos con la aplicación de las encuestas Y se determinó que la gestión del conocimiento permite la generación de valor y ventaja competitiva en las organizaciones dedicadas al sector manufacturero de manera integral, logrando que sus colaboradores aumenten e intercambien valiosos conocimientos, este es un factor importante al momento que se considera a la gestión como una estrategia de innovación, siendo este el responsable de la implementación de capacidades, habilidades y conocimiento, por lo tanto es aceptable para las organizaciones el manejo de este recurso valioso que incrementa el valor de los productos/servicios y la satisfacción de los clientes.

Referencias bibliográficas

- Aguilar, B. (2005). Fórmulas para el cálculo de la muestra en investigaciones de salud. *Salud en Tabasco*, 14(1-2), 333-338. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/487/48711206.pdf>
- Alvarez, E., & Alvarez, M. (2018). estrategias y prácticas de la innovación abierta en el rendimiento empresarial: una revisión y análisis bibliométrico. *Investigación Administrativa*, 47(121). Obtenido de <https://www.redalyc.org/jatsRepo/4560/456054552005/456054552005.pdf>
- Angulo, J. (2019). *La transferencia de conocimiento en el marco relación universidad y empresa*. Universidad ICESI, Cali. Obtenido de https://repository.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/10906/84723/1/TG02492.pdf
- Arceo, G. (2009). *El impacto de la gestión del conocimiento y las tecnologías de información en la innovación: un estudio en las PYME del sector agroalimentario de Cataluña*. Cataluña. Obtenido de <https://www.eumed.net/tesis-doctorales/2010/gam/gam.pdf>
- Avedaño, V., & Flores, M. (2016). Modelos teóricos de gestión del conocimiento: descriptores, conceptualizaciones y enfoques. *Entreciencias: diálogos en la sociedad del conocimiento*, 4(10), 201-227. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/4576/457646537004.pdf>
- Avendaño, M., & Chacón, J. (2017). "Factores que determinan la transferencia de conocimientos en los estudiantes de la carrera de ingeniería comercial". Latacunga. Obtenido de <http://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/4476/1/PI-000664.pdf>
- Bedoya, C. (julio-diciembre de 2015). Gestión del conocimiento en el tercer sector: de la competitividad a la eficiencia organizacional. *Entramado*, 11(2), 94-111. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/2654/265443638007.pdf>
- Benavides, M., & Pedraza, X. (2018). La gestión del conocimiento y su aporte a la competitividad en las organizaciones: revisión sistemática de literatura. *SIGNOS*, X(2), 175-191. doi:<https://doi.org/10.15332/s2145-1389.2018.0002.10>
- Calvo, O. (23 de Mayo de 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*, 140-163. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/tend/v19n1/2539-0554-tend-19-01-00140.pdf>
- Camaran, M. (2018). Redes interorganizacionales e

- innovación. *Compendium*, 21(40), 1-7. Obtenido de <https://www.redalyc.org/jatsRepo/880/88055200014/88055200014.pdf>
- Canós, L., Pons, C., & Santandreu, C. (15 de Julio de 2015). Estrategias de innovación. *Universitat Politècnica de Valencia*. Obtenido de <https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/53255/Estrategias%20de%20innovacion.pdf>
- Castillo, M., & Yoemnis, D. (Julio-Diciembre de 2009). Gestión del conocimiento y competitividad en el área de investigación y producción de los colegios e institutos universitarios rivados de Maracaibo - Venezuela. *Clio America*(6), 165-182. Obtenido de <http://revistas.unimagdalena.edu.co/index.php/cliioamerica/article/view/389/353>
- Cegarra , J., & Martínez, A. (2017). *Gestión del conocimiento: una ventaja competitiva* (Primera ed.). Madrid, España: Esic Editorial. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=9LcrDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=que+es+la+gesti+n+del+conocimiento&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwik8ta17-PmAhWHwFkKHc8EARIQ6AEIKDAA#v=onepage&q&f=false>
- Correa, C., Sugahara, C., & Rodrigues, J. (2015). Estrategia empresarial e innovación tecnológica de las industrias brasileñas. *Invenio*, 18(35), 65-84. Obtenido de [file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Dialnet-EstrategiaEmpresarialEInnovacionTecnologicaDeLasIn-5242503%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Dialnet-EstrategiaEmpresarialEInnovacionTecnologicaDeLasIn-5242503%20(1).pdf)
- Cueva, E., Acosta, B., Idrobo, P., & Rueda, I. (12 de Junio de 2017). Los beneficios de la gestión del conocimiento en las organizaciones deportivas: un análisis crítico. *Revista Espacios*, 38(44). Obtenido de <https://www.revistaespacios.com/a17v38n44/a17v38n44p24.pdf>
- Díaz, G., & Guambi, D. (2018). La innovación: baluarte fundamental para las organizaciones. *INNOVA*.
- Gessi, N., Nuske, M., Thesing, N., Allebrandt, S., & Baggio, D. (2017). Gestión del conocimiento en la administración pública de los municipios de la Región de la Gran Santa Rosa/RS. *Espacios*, 38(17), 14. Obtenido de <https://www.revistaespacios.com/a17v38n17/a17v38n17p14.pdf>
- Landazury , L., & Ferrer, F. (Julio-Diciembre de 2016). Innovación como eje transversal de los modelos de negocio en las organizaciones, una revisión del constructo teórico. *Revista Escuela de Administración de Negocios*(81), 129-147. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/206/20649705010.pdf>

- Macke, J., Coelho, A., & Di Diego, E. (Junio de 2016). Transferencia intercultural de conocimiento y el papel del área internacional de recursos humanos. *Invenio*, 19(36), 89-105. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/877/87745590006.pdf>
- Maldonado, B., Benavides, K., & Buenaño, J. (4 de Agosto de 2017). Análisis dimensional del concepto de estrategia. *Revista Ciencia UNEMI*, 10(25), 25-35. Obtenido de <file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Dialnet-AnalisisDimensionalDelConceptoDeEstrategia-6645975.pdf>
- Maynez, A., & Noriega, S. (2015). Transferencia de conocimiento dentro de la empresa: Beneficios y riesgos individuales percibidos. *Frontera Norte*, 27(54), 29-52.
- Metaxiotis, K., Ergazakis, K., & Psarras, J. (2000). Exploring the world of knowledge management: agreements and disagreements in the academic/practitioner community. *Journal of Knowledge Management*, 9(2), 6-18. doi:10.1108/13673270510590182
- Nieves, Y., & León, M. (2001). La gestión del conocimiento: una nueva perspectiva en la gerencia de las organizaciones. *Scielo*, 121-126. Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1024-94352001000200004&lng=es&tln g=es
- Ordoñez, E., Barrera, H., & Abril, J. (10 de Noviembre-Diciembre de 2019). Sociedad del conocimiento enfocado al capital intelectual empresarial. *Revista 593(6)*. Obtenido de https://www.593dp.com/index.php/593_Digital_Publisher/article/view/129/425
- Ortiz, L., Orozco, E., Quintero, R., & Orellano, R. (2017). Modelo de gestión del conocimiento para la dinamización de la competitividad: estudio medianas empresas afiliadas a ACOPI Atlántico, Colombia. *Revista Espacios*, 38(46), 2. Obtenido de <https://bonga.unisimon.edu.co/handle/20.500.12442/1746>
- Ponjuán, G., & Hernández, W. (2017). Contextos para la Gestión del Conocimiento en organizaciones cubanas: un acercamiento al "Ba" en Cuba. *Revista Cubana de Información en Ciencias de la Salud*, 28(2), 1-17. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/3776/377651174003.pdf>
- Pons, C., Concepción, O., Ruiz, L., Medero, V., & Rodríguez, S. (Julio-Septiembre de 2017). Empleo de las TIC para la gestión del conocimiento y su contribución al desarrollo agroalimentario. *Revista Cubana de Ciencias Informáticas*, 11(3), 114-125. Obtenido de <http://scielo.sld.cu/pdf/rcci/v11n3/rcci10317.pdf>
- Quiroga, D., Murcia, C., Hernández, E., & Torrent, J. (2019). Innovación

- en México y Colombia: un análisis comparado teórico y empírico. *Revista Venezolana de Gerencia*, 24(85), 23. Obtenido de <https://www.redalyc.org/jatsRepo/290/29058864009/29058864009.pdf>
- Robayo, P. V. (Julio-Diciembre de 2016). Lainnovacióncomoprocesoysugestiónenlaorganización:unaaplicaciónparaelsectorgráficolombiano. *Suma de Negocios*, 7(16), 125-140. doi:DOI: 10.1016/j.sumneg.2016.02.007
- Rodríguez, Núñez, & Esparza. (2018). Prueba empírica del modelo de Gestión del Conocimiento de Nonaka y Takeuchi en el contexto universitario. *Espacios*, 39(49), 36. Obtenido de <http://www.revistaespacios.com/a18v39n49/18394936.html>
- Rojas, R., & Torres, C. (25 de Marzo de 2017). La Gestión del Conocimiento basado en la Teoría de Nonaka y Takeuchi. *INNOVA Research Journal*, 2(4), 30-37. Obtenido de <file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Dialnet-LaGestionDelConocimientoBasadoEnLaTeoriaDeNonakaYT-5922016.pdf>
- Rubier, D. (2019). La incidencia de la gestión del conocimiento en el éxito de las organizaciones. *Scielo*, 7(3).
- Salas, N., & Garza, M. (Enero-Diciembre de 2016). Transferencia de conocimiento: un mecanismo de competitividad para las PYMES en el Estado de Nuevo León. *Inquietud Empresarial*, XVI, 147-165. Obtenido de <https://core.ac.uk/download/pdf/154345989.pdf>
- Sánchez, M., Cervantes, V., & Peralta, P. (Abril-Junio de 2016). Gestión de la innovación en pequeñas y medianas empresas de Barranquilla - Colombia. *Revista de Ciencias Sociales*, XXII(2), 78-91. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/280/28049145007.pdf>
- Santamaría, G., & Cárdenas, M. (24 de Marzo de 2016). La transferencia del conocimiento en las empresas. *Ciencia y Tecnología al servicio del pueblo*, 21-34. Obtenido de <file:///C:/Users/Usuario/Downloads/40-149-1-PB.pdf>
- Seclen, J., & López, H. (Abril-Junio de 2020). Influencia del uso de herramientas en la gestión de la fase temprana del proceso de innovación de productos. *Innovar*, 30(76), 119-130. doi:10.15446/innovar.v30n76.85217
- Turiñan, J. (2019). La transferencia de conocimiento como proceso: de la universidad al sector educativo. Una mirada desde la pedagogía. *Redipe*, 8(3).

- Valencia, M., Alba, M., & Herrera, K. (2016). La gestión del conocimiento y su relación con la innovación y la mejora continua en modelos de gestión. *Cofin Habana*(1), 101-112. Obtenido de <http://scielo.sld.cu/pdf/cofin/v10n1/cofin08116.pdf> doi:10.15446/innovar.v28n69.71695
- Valero, J., & Carvajal, M. (2019). Transferencia de conocimiento para la innovación en las organizaciones periodísticas. Estudio de casos españoles. *Revista Latina de Comunicación Social*, 1154-1172. doi:10.4185/RLCS-2019-1376
- Vargas Martínez, E. E., Bahena Álvarez, I. L., & Cordón Pozo, E. (Julio-Septiembre de 2018). Innovación responsable: nueva estrategia para el emprendimiento de mipymes. *Innovar*, 28(69), 41-53.
- Vidal, A., & Alcami, L. (2005). Gestión del conocimiento y desempeño innovador: un estudio del papel mediador del repertorio de competencias distintivas. *Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa*, 117-138. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/807/80717239005.pdf>
- Voronov, V., & Lavrinenko, O. (Agosto de 2014). Knowledge Management and the Increase of SME Competitiveness: a Case Study. *Baltic Region*, 21(3), 22-32. Obtenido de [file:///C:/Users/Usuario/Downloads/VoronovV.LavrinenkoO._22-32%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Usuario/Downloads/VoronovV.LavrinenkoO._22-32%20(1).pdf)

Nota de aceptación:

Quienes suscriben, en nuestra condición de evaluadores del trabajo de titulación denominado Gestión del Conocimiento, una estrategia de innovación empresarial., hacemos constar que luego de haber revisado el manuscrito del precitado trabajo, consideramos que reúne las condiciones académicas para continuar con la fase de evaluación correspondiente.

TAPIA ESPINOZA NANCY JANNETH
0702669524
TUTOR - ESPECIALISTA 1

ESPINOZA CARRIÓN CECIBEL DEL ROCÍO
0701776379
ESPECIALISTA 2

PACHECO MOLINA ANDRES MARCELO
0700945181
ESPECIALISTA 3

Machala, 22 de diciembre de 2020

CLÁUSULA DE CESIÓN DE DERECHO DE PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO DIGITAL INSTITUCIONAL

Las que suscriben, MAZA CAMPOVERDE VIVIANA DEL CISNE y MORA ROLDAN KAREN KERLY, en calidad de autoras del siguiente trabajo escrito titulado Gestión del Conocimiento, una estrategia de innovación empresarial., otorgan a la Universidad Técnica de Machala, de forma gratuita y no exclusiva, los derechos de reproducción, distribución y comunicación pública de la obra, que constituye un trabajo de autoría propia, sobre la cual tienen potestad para otorgar los derechos contenidos en esta licencia.

Las autoras declaran que el contenido que se publicará es de carácter académico y se enmarca en las disposiciones definidas por la Universidad Técnica de Machala.

Se autoriza a transformar la obra, únicamente cuando sea necesario, y a realizar las adaptaciones pertinentes para permitir su preservación, distribución y publicación en el Repositorio Digital Institucional de la Universidad Técnica de Machala.

Las autoras como garantes de la autoría de la obra y en relación a la misma, declaran que la universidad se encuentra libre de todo tipo de responsabilidad sobre el contenido de la obra y que asumen la responsabilidad frente a cualquier reclamo o demanda por parte de terceros de manera exclusiva.

Aceptando esta licencia, se cede a la Universidad Técnica de Machala el derecho exclusivo de archivar, reproducir, convertir, comunicar y/o distribuir la obra mundialmente en formato electrónico y digital a través de su Repositorio Digital Institucional, siempre y cuando no se lo haga para obtener beneficio económico.

Machala, 22 de diciembre de 2020

MAZA CAMPOVERDE VIVIANA DEL CISNE
0707046389

MORA ROLDAN KAREN KERLY
0705524106