

Documentos de trabajo Areandina

ISSN: 2665-4644

X Congreso Internacional de Investigación Areandino

Dirección Nacional de Investigaciones

TT **Redes de conocimiento como escenarios de co-creación y su impacto en
las organizaciones del siglo XXI**

Carolina Peláez Beltrán

Diana Maritza Álvarez Ovalle

Vladimir Nova Rodríguez

Las series de documentos de trabajo de la Fundación Universitaria del Área Andina se crearon para divulgar procesos académicos e investigativos en curso, pero que no implican un resultado final. Se plantean como una línea rápida de publicación que permite reportar avances de conocimiento generados por la comunidad de la institución.

Redes de conocimiento como escenarios de co-creacion y su impacto en las organizaciones del siglo XXI¹

Carolina Peláez Beltrán

Administradora de Empresas Comerciales de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca, magíster en Relaciones y Negocios Internacionales de la Universidad Militar Nueva Granada. Docente de Posgrados de la Facultad de Ciencias Administrativas Económicas y Financieras Fundación Universitaria del Área Andina. Correo electrónico: cpelaez6@areandina.edu.co.

Vladimir Nova Rodríguez

Diana Maritza Álvarez Ovalle

Co investigadores

Cómo citar este documento:

Peláez Beltrán, C., Nova Rodríguez, V. y Álvarez Ovalle, D. M. (2019). Redes de conocimiento como escenarios de co-creacion y su impacto en las organizaciones del siglo XXI. *Documentos de Trabajo Areandina* (2). Fundación Universitaria del Área Andina. Doi: <https://doi.org/10.33132/26654644.1626>

¹ Esta ponencia forma parte del proyecto de investigación “Diálogo de saberes especializaciones en Gerencia Financiera y Alta Gerencia de las universidades Fundación Universitaria del Área Andina, Corporación Universitaria Minuto de Dios y Universidad La Gran Colombia”, código CVF2019-QU-B12, adscrito al grupo de investigación QUIPUS, código COL0032527, de la Facultad de Ciencias Administrativas Económicas y Financieras del programa académico Especialización en Alta Gerencia y Especialización en Gerencia Financiera de la Fundación Universitaria del Área Andina.

[T1]Resumen

Las Redes de Conocimiento (RD), como escenario para el intercambio de experiencias y saberes interdisciplinarios, permite la construcción de modelos de gestión estratégica, a fin de ganar competitividad en el mercado; surgen debido a la intensificación de los sistemas de información y la disposición de grandes cantidades de datos al servicio de la organización; y se apoyan en el principio de obtención de resultados y consecución de metas grupales; además del nacimiento de esquemas no tradicionales de innovación. Los ejes temáticos están desarrollados de forma sistémica, uno de ellos es el conocimiento, base generadora de ventajas competitivas e impulsor de la economía post-industrial (Pérez y Castañeda, 2009); el segundo, visto desde la responsabilidad social empresarial como nueva forma de gestionar y hacer negocios; el tercer pilar se enfoca en el consumidor, los servicios y elementos de la innovación, a modo de estrategias fundamentales para crear escenarios de competitividad; y finalmente, la productividad y el emprendimiento considerados campos de constante evolución del desarrollo humano y social. Como principal hallazgo o contribución se establece que la incorporación de este tipo de metodologías desde la pedagogía en la formación gerencial, permite la sostenibilidad del modelo de co-creación a mediano y largo plazo en los diferentes sectores económicos, puesto que la evolución de los ecosistemas de innovación a partir del reconocimiento mutuo del saber individual y la solución a problemáticas que son común denominador en el sector real, son consecuencia de la conformación de redes de conocimiento y colaboración abierta basados en pensamiento sistémico.

Palabras claves: co-creación, competitividad, comunidad académica, conocimiento, innovación, redes de conocimiento.

[T1] Introducción

La ponencia tiene como objetivo destacar la importancia de construir redes de conocimiento donde se puedan intercambiar ideas y propiciar escenarios posibles, mediante diversas técnicas y experiencias, con el fin de obtener consensos en la comunidad académico - empresarial y llevarlos a la práctica en el sector real, para lograr el avance y el desarrollo social.

Los diversos cambios presentados en el ámbito, industrial, cultural y ambiental a través del tiempo, han generado la necesidad de replantear los esquemas y técnicas para crear y transferir el conocimiento, con el fin de instaurar en los actores, numerosos puntos de reflexión y análisis que permitan establecer contextos acordes a las necesidades sociales actuales, comunes y reales.

Las Redes de Conocimiento (RD), como escenario para el intercambio de experiencias y saberes interdisciplinarios, surgen como resultado de la interacción de diferentes actores, debido a la intensificación de los sistemas de información y la disposición de grandes cantidades de datos al servicio de la organización esto permite la construcción de modelos de gestión estratégica acordes con las tendencias de desarrollo organizacional, con el fin de ganar competitividad en el mercado, la obtención de resultados y consecución de metas grupales, por encima de la labor individual generando esquemas no tradicionales de innovación.

Las transformaciones producidas a partir del proyecto de Investigación base de la Ponencia, se fundamentan en una serie de ejes temáticos desarrollados de forma sistémica, uno de ellos es el conocimiento, base generadora de ventajas competitivas e impulsor de la economía posindustrial (Pérez y Castañeda, 2009); el segundo, visto desde la responsabilidad social empresarial como nueva forma de gestionar y hacer negocios; el tercer pilar se enfoca en el consumidor, los servicios y elementos de la innovación, a modo de estrategias fundamentales para crear escenarios de competitividad; y finalmente, la productividad y el emprendimiento considerados campos de constante evolución debido a la manera en que logra generar desarrollo humano y social.

La importancia de los hallazgos radica en la relación con el proceso de colaboración o innovación abierta, cuya base fundamental es la solución a

problemáticas de afectación común con ideales locales de transformación conjunta, a partir de los nexos globales, que faciliten la adquisición de competencias colaborativas a nivel organizacional.

El resultado que se obtiene, es una serie de contribuciones por parte de los diferentes actores como forma de potencializar la gestión del conocimiento y generar transformación e innovación de las organizaciones desde escenarios comunicativos y de co-creación.

Es relevante tener en cuenta que la globalización está causando profundos cambios en las organizaciones, los procesos, la tecnología, las finanzas y por lo tanto en los sistemas tradicionales de gestión, siendo insuficientes debido a los retos gerenciales del siglo XXI, que exigen resultados en tiempos más cortos y sistemas de gestión flexibles y adaptables a las dinámicas del entorno.

Como principal hallazgo o contribución, se establece que la incorporación de este tipo de metodologías desde la pedagogía en la formación gerencial, permite la sostenibilidad del modelo de Co-creación a mediano y largo plazo en los diferentes sectores económicos, puesto que la evolución de los ecosistemas de innovación a partir del reconocimiento mutuo del saber individual y la solución a problemáticas que son común denominador en el sector real, son consecuencia de la conformación de redes de conocimiento y colaboración abierta basados en pensamiento sistémico.

[T1] Descripción de los temas, enfoque o perspectiva teórica

Los cambios generados en la Sociedad del Conocimiento (en adelante, SC) han transformado las dinámicas en la forma como se concibe el mundo, la incursión de la globalización y la aparición de las nuevas Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) presentan hoy una realidad organizacional caracterizada por una altísima complejidad, que requiere contar con una visión holística empresarial la cual involucra los escenarios educativos, la cultura, economía, política y empresa (Pérez, Ramírez y Aedo 2014).

Otro factor relevante a tener en cuenta es la necesidad de replantear los esquemas y técnicas para crear y transferir el conocimiento, con el fin de instaurar

en los actores, numerosos puntos de reflexión y análisis donde se establezcan pilares que representen diversos desafíos, retos, restricciones, amenazas y oportunidades mucho más flexibles frente a las circunstancias actuales y a los nuevos escenarios que requieren de una gestión empresarial eficiente de cara al desarrollo sostenible.

Las transformaciones producidas en la actualidad se fundamentan en varios pilares, uno de los primeros pilares es la responsabilidad social empresarial como en una nueva forma de gestión y de hacer negocios, el segundo pilar se enfoca en el consumidor, servicios e innovación como estrategias fundamentales para co-crear escenarios de competitividad, el tercer pilar la productividad y emprendimiento para la competitividad, como campos de constante evolución debido a la manera en que logra generar desarrollo humano y social, finalmente las redes de conocimiento y los escenarios de co-creación como la base generadora de ventajas competitivas e impulsor de la economía posindustrial (Pérez y Castañeda, 2009).

[T2] Responsabilidad social empresarial

Las profundas transformaciones generadas en los entornos empresariales representan hoy novedosas y exigentes responsabilidades que involucran escenarios de co-creación en pro de una conciencia y unas prácticas de acción social, las cuales requieren de políticas responsables y de una cultura de responsabilidades compartidas (Ángel, 1996).

Dentro de las prácticas de transformación social, se encuentra la Responsabilidad Social Empresarial (en adelante, RSE) como una práctica inherente a la empresa, se ha convertido hoy en una nueva forma de gestión y de hacer negocios sustentada en lo económico, social y ambiental, esta nueva visión de negocios define la RSE como una voluntad global en pro del mejoramiento de las condiciones de todos los agentes sociales que de una u otra forma interactúan con la organización integrando diferentes factores como el respeto por las personas, los valores éticos, la comunidad y el medioambiente con la gestión misma de la empresa (Forética, s.f.).

La relación existente de la empresa con la sociedad se ha transformado en parte fundamental de construcción de ecosistemas saludables lo que implica una relación estrecha entre las empresas y el gobierno, dicha relación se fundamenta en la toma de decisiones estratégica entre los diferentes actores (administradores, directivos, accionistas) como agentes fundamentales frente a la creación de valor y al aprovechamiento de oportunidades de negocio, logrando una gestión integral empresarial articulada a los riesgos generados por el entorno, económico, social y medioambiental (Peña, 2018).

Uno de los retos más importantes que tienen las empresas es lograr articular la RSE como una herramienta que brinde la interdisciplinariedad y la transdisciplinariedad donde prevalezca una ética del diálogo y una voluntad de cooperar con los demás. En la medida que la gerencia moderna inculque la importancia de hacer realidad la responsabilidad social empresarial, la participación de la empresa en la vida económica-productiva del país será mucho más significativa (Remache-Rubio, Villacis-Torres y Guayta-Toapanta, 2018).

Por otra parte, es fundamental involucrar al proceso de construcción de RSE, los escenarios académicos como espacios de co-construcción con el fin de articular la teoría con la práctica concebida a partir del dialogo de saberes enfocados a los diversos contextos, problemas, escenarios y situaciones empresariales que allí se generen.

La generación de estos escenarios son una apuesta hacia la concepción de organizaciones socialmente responsables, que incurran en la reconstrucción de valores, que, a partir de las experiencias generadas por el pasado y la transformación del presente, logren desarrollar estrategias de competitividad, transmisión y transferencia de información y conocimiento, que finalmente se convierten en las fuentes fundamentales de productividad y poder empresarial.

T2 Consumidor, servicios e innovación

El segundo pilar consiste básicamente en identificar y satisfacer las necesidades del consumidor y del cliente que representa hoy en las organizaciones uno de los mayores desafíos, ya que a partir de los estudios realizados sobre las necesidades

de los consumidores se evidencian altos niveles de exigencia por parte de los consumidores y clientes, adicionalmente la incursión de la tecnología como uno de los factores de divulgación de información, abre el espectro empresarial a múltiples hábitos de consumo que cambian las dinámicas de vida, gustos y tendencias relacionadas con marcas y productos (Cámara de Comercio Electrónico, 2016).

Estos desafíos llevan a la empresa a contemplar los procesos de innovación como una de las mejores herramientas empresariales y estratégicas, puesto que el resultado que proporciona su implementación abre la posibilidad de producir bienes y servicios diferenciados, enfocados en las necesidades, gustos y nuevos hábitos de los consumidores. Las técnicas en innovación producidas permiten que las organizaciones sean mucho más eficientes y logren ser competitivas en los mercados empresariales mundiales.

Por lo tanto, la capacidad que tenga la empresa para implementar la innovación y la tecnología marca un punto diferenciador frente a los competidores, ya que en esta sociedad del conocimiento es necesario dar respuesta rápida y eficaz a las amenazas competitivas de sus rivales. Todo ello se traduce en la posibilidad y la capacidad que tienen las empresas para ser sostenibles y generar mejores productos enfocados a las necesidades de las personas y en respuesta a las demandas de un mundo cada vez más globalizado.

A partir de este planteamiento, se hace necesario consolidar las relaciones entre las empresas y la comunidad académica, con la finalidad de desarrollar redes de conocimiento que permitan que los esfuerzos teóricos que hace la académica se vean reflejados por medio de espacios de co-construcción mucho más loables, donde la empresa pueda transferir sus conocimientos a través de la práctica y la experiencia a la comunidad académica y la comunidad académica pueda lograr a través de la teoría, conocimiento, investigación y fortalecimiento científico, desarrollar procesos de innovación enfocados al fortalecimiento de la calidad, servicio y rendimiento económico, como elementos fundamentales para la sostenibilidad y competitividad empresarial (Castellanos, 2012).

[T2] Productividad y emprendimiento para la competitividad

Como tercer pilar se deben tener en cuenta escenarios globales donde la competencia representa uno de los mayores desafíos y amenazas a nivel empresarial. La capacidad que tiene las organizaciones para adaptarse a los cambios presentados por los ecosistemas empresariales, les permitirá repensar su manera de ver el mundo y desarrollar estrategias para ser competitivas y sostenibles.

El emprendimiento se constituye como uno de los mecanismos estratégicos que logra articular la innovación como eje fundamental para incrementar la productividad empresarial, pues los escenarios emprendedores representan hoy una de las herramientas estratégicas facilitadoras para el establecimiento de nuevas empresas que ayuden a mejorar el ecosistema de gestión empresarial por parte de los nuevos empresarios generando mayor innovación, competitividad y menos informalidad (Santana, Rodríguez y Viña, 2018).

Los factores que influyen en el emprendimiento se constituyen en una serie de ingredientes determinantes en el éxito empresarial. Las conductas, valores, creencias y modos de actuación junto con la condición de disponer de recursos humanos y tecnológicos adecuados, requieren de actitudes, habilidades y conocimientos potencializados al interior de las organizaciones que den cuenta de las competencias suficientes orientadas al desarrollo de una visión empresarial competitiva y responsable que logre integrarse a ambientes complejos y competitivos.

De esta manera, es indispensable integrar el conocimiento a la transformación productiva como una herramienta fundamental para fortalecer las habilidades y procesos, la creación y la innovación, la rivalidad y la competencia, pues el conocimiento es el pilar que responden a las necesidades del entorno y las exigencias desde la calidad, la gestión, la innovación y los mismos cambios que presenta el mundo globalizado.

Lo anterior significa, que las organizaciones deben generar escenarios de co-creación y co-construcción para crear estrategias como instrumentos de planeación indispensables y aumentar la participación del mercado, la capacidad de generar

bienes y servicios innovadores con responsabilidad social, mediante el conjunto de valores, creencias, ideologías, hábitos, costumbres y normas (Jiménez, 2016).

En este contexto, se hace necesario la construcción de redes de conocimiento (RC) como un eje facilitador de interacción entre la académica productora de conocimiento científico y el mundo empresarial productor de conocimiento práctico, con la finalidad de crear escenarios para el desarrollo y difusión del conocimiento y así incrementar la capacidad innovadora y competitiva a nivel organizacional (Fong *et al.*, 2016; Krenz *et al.*, 2014; Paredes, 2008).

T2 Redes de conocimiento y escenarios de co-creación

En el cuarto y último pilar se aborda la importancia que tiene el intercambio de información dentro de los escenarios académicos y empresariales, puesto que este, requiere en consecuencia, contemplar el desarrollo de nuevas formas de organización que permita transferir el conocimiento tanto dentro de la organización como fuera de ellas.

El individuo en su rol de productor de conocimiento, tiene la necesidad de intercambiar y socializar lo que aprende y lo que crea (Prada, 2005), en consecuencia, el conocimiento tiende a agruparse en redes que surgen libremente y se configuran o reconfiguran constantemente; con el propósito de facilitar el intercambio de valores y conocimientos, tanto en su interior como con su entorno.

Las redes de conocimiento se constituyen como escenarios académicos de máxima expresión donde el hombre como productor de conocimiento intercambia, comparte y transfiere lo que aprende a través de procesos de interacción entre comunidades facilitadoras de diálogos de saberes.

La visión que genera este nuevo ecosistema empresarial, abre un escenario al conocimiento y el aprendizaje como un medio que permite obtener ventajas competitivas a nivel organizacional. Donde la creación de espacios de interrelación y conocimientos entre expertos, investigadores y empresas especializadas en diversas áreas del sector empresarial, permite construir diálogos de saber para abordar temas de interés común, problemas cotidianos, nuevas herramientas, que

propicien el intercambio, cooperación, potenciación para fines de la innovación y cambio social (Pérez *et al.*, 2014).

Esta concepción se fundamenta en un pilar constituido por la actividad humana, pues la manera de sistematizar coherentemente las ideas, asignar recursos, aplicar métodos y obtener resultados orientados a la innovación y desarrollo, se convierte en una de las estrategias más asertivas, comunes y facilitadoras frente al intercambio de valores, conocimientos y construcción empresarial tanto en su interior como en su entorno (Severiche, Muñoz y Jaimes 2016).

De esta manera se visualiza a las RC como generadoras de escenarios innovadores que logran un desarrollo sostenible para el beneficio tanto de la sociedad y actores socio- culturales, como para la búsqueda de soluciones a los problemas en distintas áreas de conocimiento (Ramaswamy, 2009).

Los retos demandan cada día más procesos de construcción conjunta entre academia, empresa y comunidades, que legitimen escenarios de co-creación basado en la confianza y la colaboración, como una de sus mayores expresiones, donde co-creación impacta significativamente la forma en como los actores involucran sus procesos a la realidad empresarial y a los retos que demanda el mundo empresarial, siendo este uno de los escenarios más propicios para identificar necesidades, potenciar la participación, interacción y la creatividad.

La co-creación se ha consolidado en estos tiempos como una práctica aplicable a diversos escenarios empresariales, los cuales generan entre las organizaciones, academia e industria, relaciones formales entre individuos, para fortalecer las ventajas competitivas, sostenibles y sustentables a nivel empresarial.

Este planteamiento requiere romper con una serie de paradigmas que son comunes en las empresas, pues las organizaciones históricamente, han tomado las decisiones estratégicas basadas en la operación del día a día que prima sobre el futuro que muchas veces impide adoptar buenas prácticas para innovar como la velocidad en desarrollo, la simplicidad en las soluciones, la disciplina para trabajar, visión de futuro, trabajo colaborativo, incentivos a la creatividad, apertura y flexibilidad en la manera de ver y hacer las cosas (Gutiérrez, 2012).

De esta manera la co-creación se define como la interacción conjunta que, a partir de la relación generada entre agentes internos y externos de una organización, logra potenciar diálogos de saberes propositivos frente a los retos y a los cambios generados por un mundo dinámico y fluctuante. Estas prácticas empresariales nacen y se potencian de acuerdo con lo que enfrenta el mundo empresarial y a la velocidad con que crecen los mercados.

Las organizaciones se convierten en facilitadoras de entornos de experiencias donde los interesados especialmente la académica, logra expresar sus pensamientos, deseos, inconformidades y expectativas (Chen, Tsou y Ching, 2011). La intervención de los diferentes actores propicia interacciones sistémicas y holísticas, que a través de un proceso conjunto de creación de valor operante logra desarrollar y potenciar los procesos de innovación y mejoramiento para la competitividad.

Se trata entonces de entender que para que existan organizaciones sostenibles, responsables e innovadoras, es necesario crear escenarios de co-creación que logren involucrar a los procesos empresariales, y a diferentes actores como agentes constructores de conocimiento, lo cual permite asumir retos y estar dispuestos a proponer soluciones basadas en el conocimiento y en la construcción de diálogos de saberes.

Este tipo de dinámica no solo ha permeado las posibilidades de participación, interacción, publicación y socialización de la información dentro de las organizaciones, también han desarrollado nuevos espacios de calificación, argumentación, negociación y recomendación sobre gustos y preferencias (Ind y Coates, 2013).

[T1] Hallazgos, contribución al área de conocimiento

El proyecto de Investigación se ejecutó bajo la metodología de co-creación e innovación abierta, que trae consigo prácticas transferidas de escenarios académicos desde la transformación del conocimiento y la construcción de diálogos de saber que abordan temas de interés común y propicien el intercambio, la

cooperación, y potenciación de los diferentes sectores económicos y sociales a partir del fortalecimiento de la gestión empresarial.

La investigación se desarrolla en dos fases, una denominada Revisión Sistemática de Literatura (SLR) con la finalidad de identificar estudios relevantes acerca de las redes de conocimiento, la innovación abierta y la co-creación; se debe tener en cuenta que la SLR es comúnmente implementada para recolectar, identificar, analizar, evaluar e interpretar la información disponible de un determinado tema de investigación. Para el estudio, se abordaron aspectos desde la descripción conceptual de los principales ejes temáticos hasta su implementación como método de enseñanza en la pedagogía de la alta gerencia y gerencia financiera, para establecer ecosistemas de innovación abierta, con miras a la solución de problemáticas del sector real.

Como principal hallazgo o contribución derivado de la SLR se establece que las exigencias innovadoras y transformadoras de las organizaciones del siglo XXI, obliga a potencializar la vocación de interrelación social, puesto que la reciprocidad de experiencias individuales, junto con el establecimiento del contexto a aplicarse deriva en los procesos de inferencia que desarrollan habilidades socio críticas y atmósferas de producción y transformación conjunta. Un segundo hallazgo tiene relación con la incorporación de metodologías tipo Coloquio de carácter científico, desde la pedagogía en la formación gerencial que permite la sostenibilidad del modelo de co-creación a mediano y largo plazo en los diferentes sectores económicos, puesto que la evolución de los ecosistemas de innovación a partir del reconocimiento mutuo del saber individual y la solución a problemáticas de común denominador en el sector real, son consecuencia de la conformación de redes de conocimiento y colaboración abierta basados en pensamiento sistémico.

La segunda fase corresponde con desarrollo metodológico de la co-creación, con el propósito de establecer escenarios y atmosferas de conocimiento aplicables a los contextos empresariales, ejecutada en cuatro momentos, (socialización, externalización, mezcla o composición de conocimiento explícito e internalización); de esta fase se derivan los siguientes hallazgos y contribuciones al área de conocimiento.

Durante el desarrollo de la socialización, se llevó a cabo un coloquio de carácter científico, como escenario para el intercambio de experiencias empresariales (Sanguino, 2003), junto con la presentación de resultados de investigaciones científicas adelantadas en la academia por estudiantes y docentes con el objetivo de plantear soluciones a problemáticas del sector real en los campos de investigación correspondientes con los núcleos problémicos de responsabilidad social empresarial, productividad y emprendimiento para la competitividad, y consumidor, servicios e innovación.

Para ello se estableció un escenario de encuentro con dos mesas de trabajo encabezadas por expertos nacionales e internacionales en temáticas de Innovación, co-creación e innovación abierta. En cada mesa de trabajo se presentaron los resultados de cinco investigaciones científicas, provenientes de las instituciones de educación superior: Fundación Universitaria del Área Andina, Universidad La Gran Colombia y Corporación Universitaria Minuto de Dios, que fueron analizadas y evaluadas, a través de la técnica de preguntas del escenario en pleno.

De este momento de socialización se destaca como hallazgo, el contraste de las experiencias del sector real frente a los postulados teóricos impartidos por la academia en la formación de altos gerentes, lo que permitió identificar variables diferenciales de tipo tecnológico, social, ético, económico y conceptual existentes entre la gestión organizacional en el contexto real y los conocimientos adquiridos en la educación formal; puesto que el empresario está obligado a la toma de decisiones estratégicas frente a situaciones y entornos que no se alcanzan a diseñar o proveer en los casos estudiados como prácticas pedagógicas, dada la falencia de herramientas, sistemas de información o alianzas empresa-academia, para el intercambio continuo de conocimiento con el fin de implementar buenas prácticas adquiridas.

Un segundo momento de avance denominado externalización, entendido como la manera de trasmutación del aprendizaje empírico a través de la comprobación de hipótesis o la búsqueda constante de respuestas a los interrogantes que conllevan a la conceptualización o desarrollo de significados base

(Sanguino, 2003). Esto permitió construir escenarios de socialización como producto de la aplicación del método científico bajo las modalidades de estudio de caso, monografía, artículo de revisión bibliográfica, resultados de semillero de investigación y práctica empresarial, entre otras. Cuyos escritos parten de un interrogante base o una hipótesis, centrado en los núcleos problémicos antes mencionados y en las experiencias adquiridas desde lo teórico-práctico, labor adelantada por los equipos de docentes y estudiantes de las diferentes instituciones de educación superior por medio de ponencias, con el fin de plantear soluciones innovadoras a las problemáticas del sector real, que aquejan a las organizaciones del Siglo XXI.

El hallazgo fundamental en el núcleo problémico de responsabilidad social empresarial tiene relación directa con el concepto de organizaciones con propósito, que exige la reestructuración de las prácticas pedagógicas en las instituciones de educación superior, con el fin de formar gerentes íntegros en la toma de decisiones con fundamento ético y moral, que le permita enfrentar los diferentes retos de la gestión empresarial en entornos globales nacientes; por lo tanto, se propone una educación axiológica como referente para mejorar la calidad de la educación con un impacto directo en el sector empresarial.

Los factores transformacionales del diálogo de saberes permitieron identificar el hito histórico de la Cuarta Revolución Industrial como la era de la digitalización, que, a través de la inteligencia artificial, el internet de las cosas y el *machine learning*, desafía los conocimientos teóricos-prácticos de la alta gerencia y obliga a reflexionar sobre los lineamientos tradiciones de gobernanza empresarial desde el hacer gerencial, en un ambiente de transición de los modelos de negocio tradicionales hacia la adquisición de competencias digitales que debe poseer o desarrollar el gestor organizacional, como determinantes de competitividad y desarrollo económico.

El hallazgo suscitado tiene relación directa con la necesidad de incluir métodos y técnicas de innovación en la gestión empresarial, con el fin de preparar a las organizaciones para la toma de decisiones de forma precisa, rápida y oportuna, con el acompañamiento de procesos de investigación y desarrollo

tecnológico determinados por las diferentes problemáticas, necesidades y gustos de los usuarios finales, a fin de generar y transformar el conocimiento en prácticas factibles de implementación en el sector externo.

Una vez identificados los hallazgos providentes de la socialización y externalización, se desarrolló el tercer momento, que está relacionada directamente con la mezcla o composición de conocimiento explícito, derivado de la interrelación entre los diferentes grupos de interés, convocados a partir de un escrito, un conversatorio o red de conocimiento (Sanguino, 2003). Teniendo como fundamento el concepto de Redes de Colaboración, en cuanto a sus integrantes, Vázquez *et al.*, (2018) señalan que: “los miembros de una red de esta índole tienen siempre objetivos en común, pero también se caracterizan por tener una amplia diversidad de perfiles: distintos idiomas, disciplinas, experiencias profesionales y niveles educativos, entre otras cualidades” (p. 53).

Teniendo en cuenta lo anterior, se estableció la primera Red Interinstitucional de Colaboración en el área de Posgrados de las Ciencias Administrativas, Económicas y Financieras, con la vinculación de las instituciones de educación superior: Fundación Universitaria del Área Andina, La Universidad La Gran Colombia y la Corporación Universitaria Minuto de Dios, cuyo eje de acción está encaminado al desarrollo de procesos de innovación que impacten el sector real a gran escala.

Finalmente, la internalización correspondiente con la apropiación e interiorización del conocimiento explícito producto del tamizaje de ideas externas y codificadas en el saber de la operación recurrente como producto directo para la generación de conocimiento (Sanguino, 2003). Se espera la aplicación de metodologías propuestas por los participantes del dialogo de saberes, en las organizaciones y en la comunidad en general, a través de escenarios de reflexión con el sector empresarial y la implementación de técnicas novedosas de pedagogía basadas en plataformas tecnológicas.

[T1]Conclusiones

Con base en los hallazgos se resalta la importancia que tiene generar escenarios de socialización que logren la integración de conocimiento, gestionarlo y aplicarlo, en pro de la solución de las diferentes problemáticas que demanda el mundo globalizado, con el fin de fortalecer los procesos internos y externos de las organizaciones, generando competitividad, sostenibilidad y sustentabilidad en cada una de ellas. Otro factor a tener en cuenta es el impacto que generó el escenario de participación como expresión crítica al interior de la academia, de las organizaciones y la comunidad como una postura pluriversal, diversa y desafiante que permitió identificar variables diferenciales desde los diversos núcleos problémicos como ejes centrales objeto de estudio.

El resultado fundamental en los núcleo problémicos exige la reestructuración de las practicas pedagógicas en las instituciones de educación superior, con el fin de formar gerentes íntegros en la toma de decisiones con fundamento ético y moral, donde se desafía los conocimientos teóricos-prácticos de la alta gerencia, y obliga a reflexionar sobre la gobernanza tradicional empresarial desde el hacer gerencial; con el fin de preparar a las organizaciones de forma precisa, rápida y oportuna, con el acompañamiento de procesos de investigación y desarrollo tecnológico para generar y transformar el sector externo.

Otro aspecto a tener en cuenta es la importancia que tiene para los escenarios académicos y organizacionales, la creación de redes de conocimiento, como una estrategia de co-creación poderosa que genera espacios de interrelación entre expertos, investigadores y empresas basados en la confianza y la colaboración, que además permitirán comprender a cada individuo como un agente productor del conocimiento y potencializador de procesos de participación, creatividad, innovación y cambio social. La red creada a partir del coloquio dialogo de saberes permitirá transferir, gestionar, transformar y aplicar conocimiento de manera rápida y eficiente, con el fin de fortalecer la relación entre academia y organización para generar una visión más abierta y dinámica frente a los grandes desafíos que demandan soluciones a los nuevos problemas del mundo empresarial.

[T1]Referentes

- Ángel, C. A. (1996). *La responsabilidad de los empresarios colombianos frente al desarrollo de la sociedad. Empresa privada y responsabilidad social*. Utopita Ediciones.
- Cámara Colombiana de Comercio Electrónico. (2016, 11 de agosto). *Moda, viajes y electrónica, las categorías más compradas por canal online en Colombia*. <https://www.larepublica.co/empresas/moda-viajes-y-electronica-las-categorias-mas-compradas-en-linea-en-colombia-2409451>
- Castellanos, E. (2012). La innovación en Colombia ¿Qué retos nos espera? *Revista Estrategia Organizacional*, 85-91. <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:W3m7rZTqK8MJ:hemeroteca.unad.edu.co/index.php/revista-estrategica-organizacio/article/download/1215/1577+&cd=1&hl=es&ct=clnk&gl=co>
- Chen, J. S., Tsou, H. T. y Ching, R. K. (2011). Co-production and its effects on service innovation. *Industrial Marketing Management*, 40(8), 1331-1346. doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.indmarman.2011.03.001>
- Gutiérrez, J (2012). Fortaleciendo la innovación con la co-creación. *Cátedras de innovación Empresarial*. <https://www.eafit.edu.co/escuelas/administracion/emprendimiento-academico/bitacora-de-innovacion/casos-catedra-de-innovacion/Documents/fortaleciendo-la-innovacion-con-la-co-creacion.pdf>
- Fong, W., Acevedo, R. y Severiche, C. (2016). Estrategia de investigación formativa en educación tecnológica: el caso del Proyecto Integrador. *Revista Itinerario Educativo: Revista de las Facultades de Educación*, 30(67), 103-121.
- Foretica. (s.f.). *¿Qué es la SGE 21?* <http://foretica.org/sge21/#norma-sge21>
- Ind, N. y Coates, N. (2013). The meanings of co- creation. *European Business Review*, 25(1), 86-95. <https://www.deepdyve.com/lp/emerald-publishing/the-meanings-of-co-creation-XkEZqg7bxH>
- Jiménez, A. M. (2016). Estrategia de competitividad y emprendimiento, una revisión de la literatura. *Investigación e Innovación en Ingenierías*, 4(2), 104-127. <https://doi.org/10.17081/invinno.4.2.2492>

- Krenz, P., Basmer, S., Buxbaum, S., Redlich, T. y Wulfsberg, J. (2014). Knowledge management in value creation networks: establishing a new business model through the role of a knowledge intermediary. *Procedia CIRP*, 16, 38-43. <https://doi.org/10.1016/j.procir.2014.01.006>
- Paredes, A. J. (2008). Planeación prospectiva para las redes de conocimiento corporativo en las universidades públicas venezolanas. *Revista de Ciencias Sociales*, 14(2), 274-285.
- Parker, H. C. (2007). Construcción de redes de conocimiento y aprendizaje académico *Revista del Centro de Investigación*, 7(27), 93-119. <https://www.redalyc.org/pdf/342/34202707.pdf>
- Peña, D. M. (2018). *Responsabilidad social empresarial en Colombia, una visión actual frente a Latinoamérica y España* [tesis de maestría, Universidad nacional De Colombia]. Repositorio Institucional. <https://repositorio.unal.edu.co/handle/unal/68720>
- Pérez Rodríguez, Y. y Castañeda Pérez, M. (2009). Redes de conocimiento. *Ciencias de la Información*, 40(1), 3-20. <https://www.redalyc.org/pdf/1814/181421573001.pdf>
- Pérez Arias, J., Ramírez Izasa, E. y Aedo, J. (2014). Las redes de conocimiento como escenarios para la gestión de conocimiento. Estudio de caso REDCO. *Enl@ce: Revista Venezolana de Información, Tecnología y Conocimiento*, 11(1), 51-63. <http://www.redalyc.org/pdf/823/82331500003.pdf>
- Prada, E. (2005). Las redes de conocimiento y las organizaciones. *Revista Bibliotecas y Tecnologías de la Información*, 2(4), 1-23. http://eprints.rclis.org/9127/1/redes_de_conocimiento.pdf
- Ramaswamy, V (2009). ¿Está preparado para la co-creación? (Spanish). *IESE Insight*, (2), 29-35.
- Remache-Rubio, M. Villacis-Torres, S. y Guayta-Toapanta, N. (2018). La responsabilidad social empresarial vista desde un enfoque teórico. *Revista Científica Dominio de las Ciencias*, 4(1), 550-568. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6313247.pdf>

Santana, C., Rodríguez, L. y Viña, A. (2018). *II. Pacto por el emprendimiento y la productividad – Comentario crítico*. www.cid.unal.edu.co/wp-content/uploads/2019/03/CAMILO-A-SANTANA.pdf

Severiche, C., Muñoz, D. y Jaimes, J. (2016). Gestión del conocimiento en sector de agua potable y saneamiento básico en Colombia. *Revista Omnia*, 22(1), 91-105.