



3.2.

La gestión del conocimiento y la innovación

En la sociedad de la información y el conocimiento y con los cambios vertiginosos de la tecnología, es un hecho que las organizaciones que no aprendan a adaptarse, desaparecerán.

El cambio hay que incorporarlo en las instituciones, en las personas, en los procesos, en la forma de pensar, en la cultura social. De eso se trata la **innovación**, conceptualizándola como la selección, organización y utilización creativas de recursos humanos y materiales de maneras nuevas y propias que den como resultado la conquista de un nivel más alto con respecto a las metas y objetivos previamente marcados (Barraza, 2005).

Innovación educativa

“Grandes descubrimientos y mejoras implican invariablemente la cooperación de muchas mentes.”

ALEXANDER GRAHAM BELL



La **innovación** parte de la gestión del conocimiento en las organizaciones que, en el marco de la transformación producida por las TIC, ayudan a emerger el conocimiento tácito de sus recursos humanos, gestionar el conocimiento explícito y lo tienen en cuenta en la toma de decisiones y facilitan la identificación y difusión de las buenas prácticas.

Teniendo cubierto el tema de la gestión del conocimiento, empieza a surgir la “I+D+i “Investigación, Desarrollo e **Innovación**, que apoyado en las nuevas tecnologías de la información y la comunicación- TIC – se enfoca en el sector educativo, en líneas como:

- Nuevas formas de representación del conocimiento.
- Modelado e integración de TIC.
- Metodologías para adquisición del conocimiento.

- Aplicaciones del conocimiento en contextos diversos.
- Descubrimiento de conocimiento y minería de datos.
- Generación de recursos.
- Creación de redes de conocimiento.
- Nuevos escenarios educativos.
- Incorporación de las nuevas tecnologías en los contextos educativos.
- Creación colaborativa de conocimiento.

En una era enriquecida por las tecnologías de la información y la comunicación, innovar no es una opción, es más una condición para aquellas organizaciones que quieren permanecer y brillar, sin embargo, son pocas organizaciones que tienen procesos formales que de una u otra manera potencien la **innovación**. La **innovación** misma hay que vivirla como un proceso. (Figura 14).

Figura 14.
Proceso de
Innovación



Nota Fuente: Elaboración propia basado en Denali, 2009.



-
-

Motivación

Hay que identificar las motivaciones para el cambio que pueden ser múltiples: participación en eventos académicos, sugerencias de mejoras en la forma de trabajar, le compartieron una buena idea, apareció una nueva tecnología, se quiere conseguir una certificación de calidad, hay competencia con instituciones similares, no se han cumplido los indicadores de calidad y hay que cambiar algo en los procesos, se obtuvieron nuevos recursos, en fin, a veces las motivaciones vienen del exterior, o nacen como una necesidad interior, surgen en cualquier punto de la cadena de mando o de la cadena de valor.

-
-

Incentivar la innovación

Interiorizar la **innovación** como un proceso requiere un cambio cultural que permita constantemente generar interés y crear una actitud positiva y atenta.

-
-

Vigilancia

Estar atentos a lo que ocurre en el contexto, permite la identificación de cambios, de oportunidades y de buenas ideas como puntos de partida para incorporar proyectos de **innovación** en la vida institucional.

-
-

Gestión de la innovación

Se refiere a la organización y dirección de los recursos con el fin de aumentar la generación de ideas que permitan obtener nuevos modelos, productos, procesos y servicios o mejorar los ya existentes.

-
-

Divulgación

También es muy valioso señalar las innovaciones o casos de éxito hacia toda la empresa: premios a ideas o realizaciones, casos desarrollados en la web o en la intranet, seminarios de difusión de buenos resultados, esto sirve para la difusión de conocimiento, pero también para la motivación.