



**Encuentro de creatividad, Innovación y  
Emprendimiento  
CICAG 2015**

**PROBLEMA**

En la nueva sociedad del conocimiento todas las organizaciones deben cumplir un rol importante, que es ser socialmente responsable en los entornos que rodea a las empresas, y por ende la generación de conocimiento con altos grados de innovación. Siendo este último un factor importante que todo proceso innovativo para que sea efectivo debe ser aportado a la sociedad.

Y por otra parte la gerencia del conocimiento en la actualidad es un proceso complejo que incorpora el manejo de conocimientos, creatividad, innovación y el desarrollo de enfoques proactivos. Por las cuales estas exigencias requieren que las empresas desarrollen capacidades para el aprendizaje.

**RESPONSABILIDAD SOCIAL COMO ARISTA DE LA GERENCIA DEL CONOCIMIENTO**

DE LA GERENCIA DEL CONOCIMIENTO

La responsabilidad social en la generación de conocimiento para promover el conocimiento basado en la innovación

**OBJETIVO / PROPOSITO**

**METODOLOGIA**

Esta investigación está dada desde la perspectiva interpretativa bajo el uso del método hermenéutico en contexto teórico, documental.

Sustentada doctrinalmente por los autores; De la Cuesta y Valor (2011), Fernández (2011). Reyno (2010), Nonaka y Takeuchi (1995), Moya (2009), Shapiro (2005), entre otros.

**RESULTADOS**

En todas las organizaciones se debe aplicar las políticas de responsabilidad social como una manera de gerenciar con calidad, permitiendo con ello un desarrollo sostenible tanto de la organización como el de los stakeholders, guardando una relación muy estrecha con la generación del conocimiento, donde se permita un afianzamiento no solo de la empresa sino de las comunidades que las rodean.

Finalmente un proceso de gestión de la innovación reside en la adopción de sistemas de generación, conservación y gestión del conocimiento en la organización. Identificar cómo y cuándo se genera conocimiento útil para el negocio y las sistemáticas existentes para integrarlo en las prácticas de la organización y llevarlo a la sociedad.

**CONCLUSIONES**

El ser socialmente responsable implica divulgación de las actividades realizadas y la gerencia del conocimiento trasciende en la medida que se exterioriza o se profundiza un pensamiento hablado, comunicando un deseo o un sentir que al socializarlo recibe el nombre de conocimiento, de tal manera que la responsabilidad social aplica en todos los campos y precisamente en el campo intelectual que deben mantener las organizaciones para hacerse merecedora del desarrollo sostenible en los mercados competitivos del siglo XXI, en plena globalización

**RECOMENDACIONES**

La responsabilidad social es una herramienta para fortalecer los espacios de innovación, manteniendo una relación directa con la sostenibilidad del medio ambiente. Las organizaciones de hoy deben propender por facilitar un mejor bienestar a las generaciones futuras,. Es meritorio reconocer que a buena hora ha surgido la responsabilidad social para mitigar en algunos casos el deterioro de las organizaciones que por un mal uso del desarrollo de las actividades sea contribuido a la debacle de muchos de los sistemas organizacionales y misionales de las organizaciones.

