



Revista Arbitrada Venezolana
del Núcleo Costa Oriental del Lago



mpacto *Científico*

Universidad del Zulia

Junio 2020
Vol. 15 N° 1

ppi 201502ZU4641
Esta publicación científica en formato digital
es continuidad de la revista impresa
Depósito Legal: pp 200602ZU2811 / ISSN:1856-5042
ISSN Electrónico: 2542-3207

 **Impacto Científico**

**Revista Arbitrada Venezolana
del Núcleo LUZ-Costa Oriental del Lago**

Vol. 15. N°1. Junio 2019. pp. 127-138

Innovación en los procesos de manifestación de necesidades en las universidades de Colombia y Venezuela

**Zoraima Aurelia Donawa Torres* y Willington Germán
Gámez Araujo****

* *Instituto Universitario de Tecnología de Cabimas. Venezuela.*
Email: zdonawa62@hotmail.com

***Universidad Antonio Nariño sede Santa Marta. Colombia.*
Email: wilgamez@uan.edu.co
willingthongamez@gmail.com

Resumen

El objetivo fundamental de esta investigación fue identificar la innovación en los procesos de manifestación de necesidades en la Universidad Antonio Nariño de Colombia y el Instituto Universitario de Tecnología de Cabimas de Venezuela. Para cumplir con el objetivo de ésta investigación se estudiaron las bases teóricas de los autores Zurbano (2008), Morales (2010), Fred (2013), Barba (2011), entre otros. La metodología utilizada fue bajo el paradigma de investigación positivista, la investigación fue descriptiva con un diseño no experimental, transeccional y de campo. La población estuvo constituida por 80 docentes de cada universidad. Como instrumento para la recolección de datos se elaboró un cuestionario contentivo de 24 ítems utilizando las categorías de respuestas de tipo Likert, validado por siete expertos en el área. La confiabilidad del instrumento fue determinada por el método Alfa de Cronbach presentando un 0.94 de confiabilidad. Los resultados de la investigación permiten evidenciar la ausencia de los procesos que facilitan la innovación para las necesidades en las instituciones de educación superior de Colombia y Venezuela.

Palabras claves: innovación, procesos, necesidades

Innovation in the processes of manifestation of needs in the universities of Colombia and Venezuela

Abstract

The main objective of this research was to identify the innovation in the processes of manifestation of needs in the University Antonio Nariño of Colombia and the University Institute of Technology of Cabimas of Venezuela. To fulfill the objective of this research, the theoretical bases of the authors Zurbano (2008), Morales (2010), Fred (2013), Barba (2011) and others were studied. The methodology used was under the positivist research paradigm, the research was descriptive with a non-experimental, transectional and field design. 80 teachers of each university constituted the population. As a tool for data collection, a questionnaire was developed using the categories of 24-item Likert responses, validated by seven experts in the area. The reliability of the instrument was determined by Cronbach's Alpha method with a reliability of 0.94. The results of the research show the absence of processes that facilitate innovation for the needs in higher education institutions in Colombia and Venezuela.

Key words: innovation, processes, needs.

Introducción

Las organizaciones deben hacerle frente al fenómeno de la globalización, pues el incremento de la tecnología y de la innovación obliga a las empresas a utilizar los procesos que facilitan la innovación para crear una cultura que garantice la satisfacción de las necesidades de los miembros.

La aplicación de los procesos de innovación en las organizaciones de educación superior, alienta a las personas a trabajar en innovaciones, porque todos, están acostumbrados a sugerir mejoras, modificaciones continuas y replanteamientos institucionales. Se crea un ambiente al interior de las organizaciones en las que todas las personas se sienten parte activa de las innovaciones. En este sentido, la investigación se trazó como objetivo general: identificar la innovación en los procesos de manifestación de necesidades en las Universidad Antonio Nariño de Colombia y el Instituto Universitario de Tecnología de Cabimas de Venezuela.

La investigación se estructura con un marco teórico que describe el comportamiento de la variable, se describe el marco metodológico utilizado, los resultados y las conclusiones sobre el estudio.

Marco teórico Innovación

A pesar del gran incremento de estudios que abordan el papel y la naturaleza de la innovación, aun no se ha alcanzado una definición del concepto de innovación ampliamente adoptada. El término innovación, sin duda, es una palabra de moda y, como suele ocurrir con las palabras que se ponen de moda, se utiliza de forma muy diferente y adquiere múltiples significados según el contexto. En el mundo de la empresa, de las universidades, de las organizaciones, se está usando de forma constante como un elemento de valor y de diferenciación.

En este sentido, Friedman (1994) citado por González (2008) define la innovación como el proceso de generación de nuevas tecnologías, tanto de productos como de proceso. Es decir, una innovación de proceso (como se produce) supone la introducción de un nuevo método de producción o la modificación y mejoramiento de un proceso de producción o de gestión ya existente. Asimismo, acota el autor, la introducción de un nuevo producto o de una característica particular en un producto con el que el mercado no está familiarizado aún, supone una innovación de producto (que se produce). Además, el proceso como tal, reconoce varios intentos para modelar los mecanismos que lo explican, éstos van desde el modelo lineal hasta el moderno concepto de sistema de innovación.

Robbins (1999) afirma que la innovación es la clase más especializada de cambio ya que, las organizaciones innovadoras utilizan dicha disciplina como una herramienta para reinventar su futuro, mediante la generación de ideas y la apertura de nuevos mercados, originada por la introducción de nuevos productos y servicios. En este sentido, la innovación es una nueva idea que se aplica para iniciar o mejorar un producto, proceso o servicio. Por tanto, todas las innovaciones involucran un cambio, pero no todos los cambios necesariamente implican ideas nuevas o conducen a mejoras significativas (Robbins y Judge, 2009).

Los autores Bateman y Snell (2009) alegan que la innovación es un cambio en el método o en la tecnología, es una desviación útil y positiva de la forma como se hacían las cosas previamente. No obstante, Drucker (2002), menciona que la innovación es la herramienta específica de los empresarios innovadores; el medio por el cual explotar el cambio como una oportunidad para un negocio diferente, es la acción de dotar a los recursos con una nueva capacidad de producir riqueza. La innovación crea un recurso. No existe tal cosa hasta que el hombre encuentra la aplicación de algo natural y entonces lo dota de valor económico.

Afirma González (2008), que la innovación es una ventaja competitiva que todos los actores de la productividad deben alentar: las instituciones educativas, las empresas y las instancias gubernamentales. No será por decreto, debe ser a través de un plan estratégico de generación y fomento de la innovación convencidos de que es una ventaja competitiva de carácter urgente.

Un significado restringido de la innovación es aquel propuesto por la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), incluido en el Manual de Oslo (2005): quien considera que la innovación es la introducción de un nuevo, o significativamente mejorado producto (bien o servicio), de un proceso, de un nuevo método de comercialización o de un nuevo método organizativo, en las prácticas internas de la empresa, la organización del lugar de trabajo o las relaciones exteriores.

Ohmae (2007) define estrategia de innovación como el comportamiento por el que una organización se diferencia positivamente de sus competidores, usando los puntos fuertes relativos de la corporación para satisfacer mejor las necesidades del consumidor. Por su parte, Friedmann, citado por Robert (2006) afirma que la innovación surge del pensamiento estratégico reflejado en el gerente que pretende conseguir lo que desea de la mejor forma venciendo todas las dificultades, aplicando su juicio de valor basado en su experiencia con el propósito de establecer las direcciones futuras desarrollando su creatividad, abriendo paso hacia la innovación.

En este sentido, Fred (2013) recomienda a los gerentes de las organizaciones utilizar las estrategias de innovación para obtener beneficios de sus fortalezas internas, aprovechar las oportunidades externas, mitigar las debilidades internas y evitar o aminorar el impacto de las amenazas externas. En este proceso radica la esencia de la gerencia estratégica para la innovación.

Del mismo modo es importante acotar que Ansoff (1967) citado por Barba (2011) consideró que cuando un administrador entiende el ambiente y reconoce que el ambiente está en constante cambio, entonces puede tomar las decisiones correctas liderando las organizaciones hacia el futuro.

Finalmente, se puede considerar la innovación como el proceso integrado de un conjunto de actividades que llevan a introducir con éxito en el mercado una idea en forma de: nuevos productos, procesos, servicios, técnicas, gestión y organización, entre otros, permitiendo hacer algo que antes no era posible o, al menos, no también o tan eficientemente e implicando, por tanto, un auténtico progreso tecnológico, económico y social. En otras palabras, la innovación es el proceso de generación de nuevas tecnologías. Ello implica tanto innovaciones de procesos como de productos, es decir, una innovación de proceso (como se produce) supone la introducción de un nuevo método de producción o la modificación y mejoramiento de un proceso de producción o de gestión ya existente.

Particularmente, la innovación es reconocida como un proceso único para lograr crecimiento sostenido, ventaja competitiva y nueva riqueza a través de la creación de nuevos nichos de mercado. Se concibe, igualmente, como una disciplina operativa clave, tanto o más que otras como la calidad, la gerencia estratégica o el marketing.

Procesos que facilitan la Innovación

En sentido general los autores Buckland y Murillo (2014), expresan que las variables para analizar la innovación social son las siguientes:

- 1) Impacto social
- 2) Sostenibilidad económica
- 3) Tipo de innovación
- 4) Colaboración intersectorial
- 5) Escalabilidad y replicabilidad

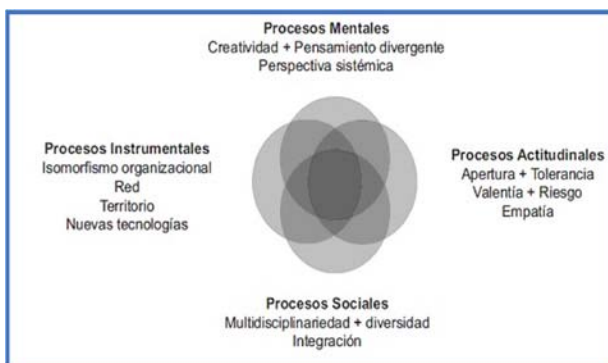
Alegan los autores un marco teórico para poder entender las diferentes variables que pueden influir en el nivel de impacto y el grado de viabilidad de una innovación social a largo plazo y que no todos los procesos se desarrollan de la misma manera.

Desde la posición de Zurbano (2008) en el núcleo central de los procesos y de las políticas de innovación se encuentran la innovación social e institucional. En este sentido, acota que innovación social significa la innovación de las relaciones sociales de gobernanza y la satisfacción de las necesidades básicas que aquellas dejan al descubierto.

Del mismo modo, establece en la innovación del capital social o institucional el desencadenamiento de las siguientes pautas innovadoras: innovaciones en los procesos de manifestación de necesidades, en las formas de cooperación, en la comunicación y en una gobernanza adecuada facilitadora de estos procesos.

Por su parte, Morales (2010) señala que pueden distinguirse al menos cuatro tipos de procesos que facilitan la innovación social: mentales, instrumentales, actitudinales y sociales reflejados en la figura 1:

Figura 3: Procesos que facilitan la innovación social



Fuente: Morales (2009)

Procesos mentales

Los procesos mentales que facilitan la innovación social, a criterio de Morales (2010) surgen de la definición del problema o la necesidad, el análisis de sus causas e interrelaciones, la búsqueda de soluciones y alternativas; constituyen un proceso en donde la creatividad emerge como un elemento esencial para que el resultado sea eso, una innovación. Es necesario tener o construir la capacidad para innovar, en un contexto o en un colectivo determinado, pero también se considera que es posible aprenderla, desarrollarla y ejercitarla, y que es posible construirla.

Por su parte, Daft (2011), afirma que la creatividad es la generación de ideas novedosas que pueden satisfacer necesidades percibidas o responder a las oportunidades. Las necesidades en los procesos de innovación dan origen a decisiones innovadoras siendo éstas, elecciones que se basan en el descubrimiento, la identificación y el diagnóstico de problemas inusuales y ambiguos y/o el desarrollo de soluciones alternativas únicas o creativas (Hellriegel, Jackson y Slocum, 2009).

Del mismo modo, señala Morales (2010) es necesario tener una visión global o perspectiva sistémica que requiere un proceso de aprendizaje, de generación de una nueva visión, que consiste en una progresiva ampliación del horizonte que contempla lo global. Se necesita la experiencia de una mirada “social” que lleve a la imprescindible humildad para actuar eficazmente, dada la insuficiencia de perspectivas individuales, y la consciencia de la riqueza que implica ampliar el conocimiento de lo que otros ven. La visión sistémica, holística, que requiere el verdadero aprendizaje, las conexiones directas e indirectas entre realidades aparentemente inconexas.

Por su parte, Horth y Buchner (2009) opinan que los directivos deben aprender a crear un entorno organizativo donde otros aplican el pensamiento innovador para resolver problemas y desarrollar nuevos productos y servicios. Se trata de crear una cultura de innovación, no únicamente de contratar a unos pocos creativos externos. Aplicar el pensamiento innovador a los retos a los que se enfrentan los directivos es un paso para crear una respuesta innovadora por parte de la organización frente a cambios y retos.

Se cree que es evidente, que los procesos mentales facilitan la innovación, pues en las organizaciones donde se manifiestan las necesidades de sus miembros, la gerencia fomenta la creatividad en los empleados como elemento esencial para la innovación organizacional, acepta con humildad las sugerencias sobre ideas de innovación en los procesos, e impulsa en los empleados el verdadero aprendizaje para tener o construir la capacidad de innovar.

Procesos actitudinales

En los procesos actitudinales se manifiestan las necesidades para procesar la información. Para ello, Morales (2010) sugiere una apertura constante de espíritu, una actitud favorecedora de nuevas visiones, de nuevos enfoques, de otras perspectivas,

capacidad de recibir no solo lo nuevo, sino también de corregir y reestructurar las concepciones que él denomina como "estáticas" y "defensivamente" inamovibles.

Asimismo, comenta la necesidad de asumir riesgos evitando el miedo que obstaculiza el aprendizaje para el cambio, para la innovación. En este sentido, los autores Robbins y Judge (2009) advierten que las organizaciones exitosas deben impulsar la innovación y dominar el arte del cambio, o serán candidatas a la extinción.

Otra consideración, que recomienda Morales (2010) para que en los procesos actitudinales se facilite la innovación social es la manifestación de la necesidad de la empatía, como competencia intrapersonal para percibir las necesidades y el valor percibido por los miembros de una organización.

Bajo estas consideraciones, resulta evidente expresar que los procesos actitudinales mencionados por el autor, donde se manifiestan las necesidades de los empleados de una organización se manifiestan en el comportamiento gerencial reflejado por el fomento de los procesos de información con una apertura constante de espíritu, el riesgo para vencer los obstáculos hacia el aprendizaje impulsando el cambio para la innovación; y la empatía al colocarse en el lugar de los empleados que desean innovar.

Procesos sociales

Los procesos sociales que facilitan la innovación, a juicio de Morales (2010), en primer lugar, consisten en la capacidad de canalizar la riqueza de la diversidad cultural y académica, reforzando lo positivo potenciando la generación de ideas hacia un resultado común, es decir, resolver las necesidades apremiantes. En segundo lugar, la capacidad de integración fundamentada en la generación de solidaridades y de confianza para superar algunas barreras que impiden la circulación del conocimiento y las oportunidades.

En opinión de Cortina (2007), la solidaridad surge cuando la libertad, el desarrollo y el bienestar ya no son compatibles con las necesidades; es la ayuda mutua que debe existir entre las personas, es el interés por el bienestar de todos los miembros de una organización. Del mismo modo, es importante acotar que un gerente con el principio de orientación al bien común refleja su comportamiento hacia la solidaridad, piensa en primer lugar, en función al bien de la organización; y en segundo lugar, dar confianza para el derecho de actuar a los empleados, respetando sus capacidades de actuación.

Desde la postura de los autores mencionados, los procesos sociales que nacen de las necesidades de los empleados en una organización, deben orientar el comportamiento gerencial en función de potenciar la generación de ideas canalizándolas adecuadamente hacia un resultado común, impulsar el desarrollo de ventajas competitivas para la innovación tecnológica; y promover la integración como estrategia para superar barreras que impiden la circulación del conocimiento.

Procesos instrumentales

Estos procesos, a juicio de Morales (2010) facilitan la innovación por cuanto, pretenden generar un sistema potenciador de las innovaciones sociales necesarias para paliar los problemas de los colectivos más necesitados. Asimismo, asegura que los instrumentos utilizados para el fomento y desarrollo de la innovación organizacional pueden ser un banco de sugerencias a explotar y experimentar.

Comenta el autor, la necesidad de un esfuerzo innovador, que propicie la generación e incorporación de conocimientos que puedan dar respuesta a los retos y problemas a los que las sociedades deben hacer frente. El trabajo en red, es por demás un factor clave, que permite no solo a las empresas sino también a los distintos ámbitos territoriales, insertarse con una mejor posición en un espacio abstracto de redes que interactúan en un lugar concreto, afirma el autor. Además, los procesos de innovación de última generación son aquellos fundados en la integración de sistemas y redes de cooperación.

En el mismo orden de ideas, Morales (2010) expresa la importancia del territorio cuando se convierte en elemento activo contribuyendo a la generación de ventajas tanto comparativas como competitivas producidas por las redes sobre los procesos socioeconómicos, hasta considerar que el patrimonio territorial es un recurso cultural y económico, afirma Valcárcel (1998) citado por Morales (2009).

Los autores Rodríguez y Alvarado (2008) aluden sobre la necesidad en las organizaciones de desarrollar alianzas y redes que permitan movilizar recursos, sobre todo conocimientos, de diversos actores con el propósito de facilitar procesos de construcción de acuerdos y coordinación de acciones. Por su parte, Zurbano (2008) advierte que la innovación es social e institucional que requiere de un proceso de construcción de una gobernanza adecuada como eje central de la misma.

Se presume que las organizaciones deben hacer uso de los procesos instrumentales para facilitar la innovación logrando la satisfacción de las necesidades de los miembros. En este sentido, la gerencia debe fomentar las innovaciones sociales necesarias para paliar los problemas de los colectivos más necesitados, hacer su esfuerzo innovador, para propiciar la generación e incorporación de conocimientos que den respuesta a los retos; e impulsar innovaciones consistentes en productos, recursos y procesos.

Enfoque Metodológico

La presente investigación presenta un enfoque epistemológico bajo el paradigma positivista desde el punto de vista filosófico, el cual según Corbetta (2007), el estudio de la realidad social se realiza utilizando un marco conceptual, las técnicas de observación y medición para el análisis matemático y los procedimientos de inferencias de las ciencias naturales. Este estudio positivista se orientó a percibir la realidad de manera integral y uniforme, logrando así la cuantificación de los datos, para lograr una mayor

coherencia, pertinencia y credibilidad, como lo señalan Hernández, Fernández y Baptista (2010).

En opinión de Arias (2012) la investigación descriptiva consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno, individuo o grupo, con el fin de establecer su estructura o comportamiento. La investigación fue de tipo descriptivo, pues se identificaron las características del universo de investigación, se señalaron formas de conductas y establecieron comportamientos concretos, según Méndez (2007).

El diseño de la investigación fue no experimental o ex-post-facto, que a criterio de Kerlinger y Lee (2002) es cualquier investigación en la que resulta imposible asignar aleatoriamente a los sujetos condiciones. De hecho, no hay condiciones o estímulos a los cuales se expongan los sujetos del estudio. Asimismo, fue transeccional o transversal, como acotan los autores Hernández, Fernández y Baptista (2010), los datos se recogieron en un solo momento, en un tiempo único, pues, el objetivo es describir variables, y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado, señalan los autores mencionados.

La investigación fue de campo, dado que la recolección de datos se realiza directamente de la realidad estudiada, en este caso la Universidad Antonio Nariño sede Santa Marta, en Colombia; y en el Instituto Universitario de Cabimas en el estado Zulia, en Venezuela, como lo indica Balestrini (2007).

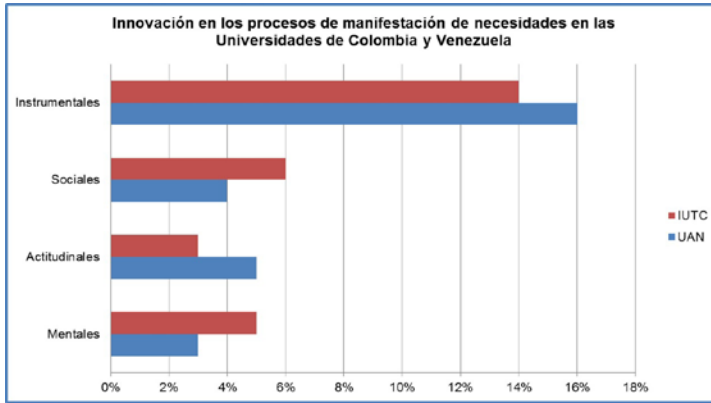
La población se estudiada fueron 80 docentes de cada universidad, que suman 160 docentes. El instrumento de recolección de datos fue un cuestionario de 24 ítems, con categorías de respuesta tipo Likert, validado por expertos, y con una confiabilidad de 0.94 bajo el método utilizado del cálculo del coeficiente de Cronbach (alfa).

El procesamiento de los datos implica la forma cómo se trataron los datos estadísticamente, es decir, el tratamiento estadístico, el cual depende de la naturaleza de la investigación, Chávez (2007). Ello significa, que tomando en cuenta que la investigación fue de tipo descriptiva se utilizó como herramienta la estadística descriptiva con las frecuencias absolutas y relativas para procesar el comportamiento de la variable en los distintos sujetos a través del cuestionario.

Resultados y discusión

En función de los resultados arrojados por el instrumento de recolección de datos, al Identificar la innovación en los procesos de manifestación de necesidades en las Universidad Antonio Nariño de Colombia (UAN) y el Instituto Universitario de Tecnología de Cabimas de Venezuela (IUTC), como se puede visualizar en el gráfico 1, permiten evidenciar que los procesos mentales se identifican en un 3% en la UAN y en un 5% en el IUTC.

Grafico 1: Innovación en procesos de manifestación de necesidades



Fuente: Elaboración propia

Considerando estos resultados, se hace evidente la ausencia de los procesos mentales, es decir del desarrollo de la creatividad que origina la construcción de la capacidad de innovación para tomar decisiones en las alternativas de solución para la satisfacción de las necesidades de los miembros de la organización. En otras palabras, las autoridades universitarias en ambas instituciones no fomentan la creatividad en los empleados con ideas novedosas para satisfacer necesidades (Daft, 2011), no facilitan la innovación a través de los procesos mentales (Morales, 2010) como elemento esencial para la innovación organizacional, no aceptan con humildad las sugerencias sobre ideas de innovación en los procesos, ni impulsan en los empleados el verdadero aprendizaje para tener o construir la capacidad de innovar (Horth y Buchner, 2009).

Del mismo modo, los resultados reflejan que los procesos actitudinales se identifican en un 5% en la UAN y en un 3% en el IUTC. En este sentido, se debe notar que el comportamiento gerencial de las autoridades de las universidades carece del fomento de los procesos de información con una apertura constante de espíritu, el riesgo para vencer los obstáculos hacia el aprendizaje impulsando el cambio para la innovación (Robbins y Judge, 2009); y la empatía al colocarse en el lugar de los empleados que desean innovar (Morales, 2010), para satisfacer las necesidades organizacionales.

En cuanto a los procesos sociales, los resultados arrojaron su presencia en un 4% en la UAN y en un 6% en el IUTC, por lo que se infiere que las autoridades de ambas universidades no se preocupan por la generación de ideas canalizándolas adecuadamente a partir de la diversidad cultural y académica (Morales, 2010), solidarias con las necesidades (Cortina, 2007), hacia un resultado común, no impulsan el desarrollo de ventajas competitivas para la innovación tecnológica; y no promueven la integración como estrategia para superar barreras que impiden la circulación del conocimiento.

Finalmente, los procesos instrumentales se identificaron en un 16% en la UAN y en un 14% en el IUTC, evidenciando la ausencia de las innovaciones sociales adecuadas a la gobernanza (Zurbano, 2008), de la generación e incorporación de conocimientos que den respuesta a los retos (Morales, 2010); y del impulso innovaciones consistentes en productos, recursos y procesos para satisfacer las necesidades de los miembros de la organización.

Conclusiones

Los resultados arrojados en esta investigación permiten inferir la ausencia de los procesos que facilitan la innovación, ausencia de innovaciones en los procesos de manifestación de necesidades, y de la relación entre la innovación de las relaciones sociales de gobernanza y la satisfacción de las necesidades básicas de cooperación y comunicación en las Universidad Antonio Nariño de Colombia (UAN) y el Instituto Universitario de Tecnología de Cabimas de Venezuela (IUTC).

Referencias Bibliográficas

- Balestrini, M. (2007). *Cómo se Elabora un Proyecto de Investigación*. 5ta Edición. Venezuela: Editorial BL Consultores Asociados.
- Barba, E. (2011). *Innovación*. Segunda edición. Barcelona. España: Editorial: libros de cabecera.
- Bateman, T. y Snell, S. (2009). *Administración. Liderazgo y colaboración en un mundo competitivo*. Octava edición. México: Editorial Mc Graw Hill.
- Buckland, H. y Murillo, D. (2014). *La Innovación Social en América Latina*. Marco conceptual y agentes. Instituto de Innovación Social de ESADE.
- Chávez, N. (2007). *Introducción a la investigación educativa*. Maracaibo. Venezuela: Editorial Gráficas González.
- Carbetta, P. (2007). *Metodología y técnicas de investigación social*. Editorial MC Graw-Hill. España.
- Cortina, A. (2007). *El Mundo de los Valores*. 6ta Edición Editorial El Búho. Bogotá.
- Daft, R. (2011). *Teoría y Diseño Organizacional*. Décima edición. CengageLearning Editores. México.
- Drucker, P. (2002). *De líder a líder*. Fundación Drucker. México. Ediciones Granica.
- Fred, D. (2013). *Conceptos de Administración Estratégica*. Decimocuarta edición. Editorial Pearson Educación. México.

- Friedman, A. (1994). The Information technology field: Using fields and paradigms for analyzing technological change. *Human Relations*, 47(4), pp. 367-392.
- González, J. (2008). Manual de transferencia de tecnología y conocimiento. 2ª edición. España: Editorial Netbilblo.
- Hellriegell, D., Jackson, S. y Slocum, J. (2009). Administración. Un enfoque basado en competencias. 11ma Edición. Cengage Learning Editores. México.
- Hernández, R. Fernández, C. y Baptista, L. (2010). Metodología de la Investigación 5ta edición. México: Editorial: Mc Graw Hill Interamericana.
- Horth, D. y Buchner, D. (2009). Liderazgo en materia de innovación. Cómo utilizar la innovación para liderar con eficacia, trabajar en colaboración y obtener resultados. Editorial Center for Creative Leadership.
- Kerlinger, F. y Lee, H. (2002). Investigación del comportamiento. 4a. edición. México: Editorial McGraw-Hill.
- Méndez, C. (2007). Metodología, Diseño y desarrollo del proceso de investigación. Colombia: Mc Graw Hill Interamericana, S. A.
- Morales, A. (2010) Claves para comprender la innovación social. La innovación social, motor de desarrollo de Europa. Ediciones Socialinnova (Consultores de Comunicación e Innovación Social S.L.) España.
- Ohmae, K. (2007). La Mente del Estratega. México. Editorial: Mc Graw Hill.
- Robbins, S. (1999). Comportamiento Organizacional. México: Editorial Prentice Hall.
- Robbins S. y Judge T. (2009). Comportamiento Organizacional. Decimotercera edición. Pearson Educación de México.
- Robert, M. (2006). El Nuevo Pensamiento Estratégico. México: Mc Graw Hill Interamericana.
- Rodríguez, A. y Alvarado, H. (2008). Claves de la innovación social en América Latina y el Caribe. Comisión Económica para América Latina y el Caribe. Publicación de las Naciones Unidas. Santiago de Chile.
- ZurbanoIrizar, Mikel, Gobernanza e innovación social. El caso de las políticas públicas en materia de ciencia y tecnología en EuskadiCIRIEC-España, *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa* [en línea] 2008, (abril): [Fecha de consulta: 11 de julio de 2017] Disponible en: <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=17406004>> ISSN 0213-8093.
- Valcárcel, J. (1998). El patrimonio territorial. El territorio como recurso cultural y económico. *Revista del Instituto Universitario de Urbanística de la Universidad de Valladolid*, 4, pp. 33-48.