

Anexo 1. Formato de presentación de proyecto

Título: Knowledge Sharing and Organizational cultural and creative industries in Bogotá.

Duración (en meses): 16 meses

Lugar de ejecución: Bogotá

Investigador principal: Ing. Carlos Blanco, Msc-Ph.D

Co-investigador(es). Prof. Dr. César Bernal (Universidad de La Sabana).

Programa(s)	Facultad(es)	Datos generales			
		Línea activa	Línea medular	Campos de acción institucional (Seleccione)	Grupo(s) de investigación
Administración de Empresas	Facultad Administración de Empresas	CULTURA DE LA INNOVACION	LOUIS JOSEPH LEBRET	Derechos humanos, ciudadanía y construcción de política pública en y para escenarios de paz () Desarrollo tecnológico con apuesta social (x) Desarrollo ambiental sostenible () Cambio educativo y social desde la multi e interculturalidad ()	GAIA

Equipo de investigación requerido (enuncie el número de investigadores, si son egresados, profesionales externos, auxiliares, asistentes, con su respectivo nivel de formación, o si se vinculará un semillero de investigación): Un investigador Principal de la U. Santo Tomás, Un co-investigador externo de la Universidad de La Sabana y dos auxiliares de Investigación de la Universidad de La Sabana.

Alianza estratégica (mencione si el proyecto se presenta en colaboración con otras instituciones, enuncie el nombre de las instituciones): **Universidad de La Sabana.**



Resumen de la propuesta (máximo 300 palabras):

Debido a la escasez de estudios de carácter empírico realizados sobre las industrias creativas y culturales de Bogotá, esta investigación pretende dar respuesta a los interrogantes que se nos plantean cuando deseamos conocer cuáles son las variables significativas en el intercambio de conocimientos y en la cultura organizacional de las industrias creativas y culturales de Bogotá. Siendo ello lo que las hace competitivas y en continuo crecimiento en el marco de nuestra economía local. Nuestro interés en este sector está motivado por los siguientes hechos: *primero*, se trata de su contribución con el 5.8% a la generación de empleo en Colombia. Por esta razón, según las últimas investigaciones, es necesario retener, atraer, capturar y reproducir el talento de un segmento de la población que, por lo general, se encuentra subvalorado por la sociedad y pobremente remunerado. El *segundo*, consiste en hacer visible la gestión de las empresas a partir de los enfoques relacionados con el intercambio de conocimiento y la cultura organizacional, debido precisamente al cada vez mayor interés, hoy en día, por explorar esas tendencias. El *tercero*, es contribuir aún más a tener evidencias empíricas en gestión del conocimiento. Un enfoque al que hemos dedicado los últimos 15 años de nuestra vida académico-profesional haciendo aportes en contextos tanto de Europa como de Colombia. El resultado de la investigación servirá de base al desarrollo de un libro en gestión, apropiación y transferencia de conocimiento, realizado con el fin de compartirlo con los empresarios que nos han prestado su colaboración en las últimas investigaciones.

Palabras clave (máximo 5): Intercambio de conocimiento, cultura organizacional, industrias creativas y culturales, gestión de conocimiento.

-Planteamiento del problema y pregunta de investigación

El problema que pretendemos resolver con esta investigación está siendo motivado por cinco hechos: *El primero*, está relacionado con la literatura que desarrolla los aportes teóricos que los diferentes autores han mostrado a lo largo de la última década con respecto al comportamiento de las industrias creativas y culturales (Dervojeda, Nagtegaal, Lengton, y Peyoush Datta, 2013¹; Gobierno Vasco, 2014²; Kooyman, y Hagoort, 2010³; Scherrer, 2008⁴). Su revisión nos permite observar que lo derivado de los trabajos empíricos no ha alcanzado aún la suficiente profundidad como para demostrar en plenitud cuáles son las variables significativas relacionadas con el intercambio de conocimiento y la cultura organizacional que son visibles en la gestión de las empresas de este sector económico. En esta coyuntura, y motivados por la falta de un trabajo específico de carácter empírico,

¹ Dervojeda, K; Nagtegaal, F; Lengton, M y Peyoush Datta. Creative industries Analysis of industry-specific framework conditions relevant for the development of world-class clusters. Enterprise and Industry Directorate-General of the European Commission. European Union (2013).

² Gobierno Vasco. Las industrias culturales y creativas: Debate Teórico desde la Perspectiva Europea. Departamento de educación, política lingüística y cultura. Vitoria-Gasteiz (2014).

³ Kooyman, R y Hagoort, G. The Entrepreneurial Dimension of the Cultural and Creative Industries, Utrecht School of the Arts. The Faculty of Art y Economics and the Faculty of Art, Media y Technology. The Netherlands (2010).

⁴ Scherrer, W. Cultural Industries, Knowledge Transmission, and Regional Innovation Activity: Performing Arts in Salzburg. Prepared for the International Conference of the Regional Studies Association] (2008).



realizado sobre nuestra economía local (Bogotá), del que den cuenta de forma adecuada los textos existentes, nuestro estudio se propone examinar la influencia de un elemento intangible como es el conocimiento tácito (sus formas y sus flujos) en el intercambio de conocimiento y la cultura organizacional de las empresas en mención.

El *segundo* hecho, que motiva esta investigación es que de acuerdo a los estudios y aportes que se han escrito sobre las industrias creativas (van der Pol, 2001; Buitrago y Duque, 2013; Unesco, 2010; Boix y Lazeretti, 2011; Gobierno Vasco, 2013; Berg y Hassink, 2014; Tremblay y Yagoubi, 2014; Gobierno de Tasmania, 2016), observamos que hacen énfasis en las variables como el talento de las personas, la creatividad, la propiedad intelectual, la conectividad, el capital humano, las interacciones, los valores y normas, las cuales al conjugarlas hacen visibles los productos y servicios de esta economía. En este sentido deseamos indagar y verificar si los elementos mencionados son tenidos en cuenta por los empresarios y cuál es su incidencia en la gestión. En opinión de (Csikszentmihalyi, 1996:23)⁵, la creatividad «no ocurre dentro de las cabezas de la gente, sino en la interacción entre los pensamientos de una persona y un contexto sociocultural» y es un fenómeno sistémico (social) más que individual.

El *tercer* hecho, que nos conduce a investigar en este sector, es confirmar lo que opina Gurteen (1999)⁶ en sus estudios, donde encontró cuatro valores importantes del *intercambio de conocimientos*. El primero, el conocimiento es un producto intangible que encierra las ideas, los procesos e información. El segundo, el intercambio de conocimientos es importante para crear un nuevo conocimiento con el fin de lograr una ventaja competitiva. El tercero, el intercambio de conocimientos es importante debido a la creciente capacidad de las personas para compartir sus puntos de vista. El cuarto, las organizaciones tienen problemas de "no sabemos lo que sabemos". La experiencia aprendida y aplicada en una parte de la organización no se apalanca en otra.

El *cuarto* hecho, surge a partir de las investigaciones de Suppiah y Singh Sandhu (2011)⁷ en diferentes contextos donde han encontrado que una gran parte del conocimiento en las organizaciones es tácito. Para Davenport y Prusak, 1998⁸; Nonaka y Takeuchi, 1995⁹, el

⁵ Lazeretti, L.; Boix, R., y Capone, F. (2008): «Do creative industries cluster? Mapping creative local production systems in Italy and Spain», *Industry and Innovation*, 15(5), 549-567.

⁶ Gurteen.com. (2009). Organizational Culture. [online]:
<http://www.gurteen.com/gurteen/gurteen.nsf/id/organizational-culture>.

⁷ Suppiah y Singh Sandhu (2011), Organisational culture's influence on tacit knowledge-sharing behaviour, *journal of knowledge management*, Vol. 15 N°. 3, 2011, pp. 462-477.

⁸ Davenport, T.H. and Prusak, L. (1998), *Working Knowledge: How Organizations Manage What They Know*, Harvard Business School Press, Boston, MA.



conocimiento tácito al residir en la mente de las personas es casi imposible que sea compartido sin la participación activa y la cooperación del que lo posee. El problema se agudiza cuando existe un alto volumen de este conocimiento y que se considera de gran valor. Por el contrario, el conocimiento explícito puede almacenarse en repositorios haciéndolo visible, pero que al no renovarlo se convierte en obsoleto.

El *quinto hecho*, se enseña a partir del estudio que se realizó en 2016 sobre las percepciones de gestión de conocimiento por parte de los empresarios de las industrias creativas y culturales en la ciudad de Bogotá (Blanco, Bernal y Chaparro). Se hace evidente que la variable socialización de conocimiento es la más significativa y predominante, pero no se conoce cuáles son los factores de intercambio y cultura organizacional son evidentes en cada una de la diferentes variables.

Estos aportes, nos conducen a indagar cómo a través del intercambio del conocimiento fluye el conocimiento tácito y cuáles factores hacen posible que se lleven a cabo las interacciones entre las personas.

Pregunta: ¿Cuáles son las variables significativas en el intercambio de conocimientos y la cultura organizacional de las industrias creativas y culturales de Bogotá, que las hace competitivas y en continuo crecimiento en nuestra economía local (Bogotá).

-Justificación

En *primer lugar*, desde el punto de vista de la economía, el sector de las industrias creativas (Howkins, 2001, 2009)¹⁰ comprende los sectores en los que el valor de sus bienes y servicios se fundamenta en la *propiedad intelectual*. Para el año 2011, alcanzó los 4.3 billones de dólares, algo así como el 120% de la economía alemana. Según la Conferencia de Naciones Unidas para el Comercio y el Desarrollo (UNCTAD)¹¹, entre 2002 y 2015 las exportaciones de bienes y servicios creativos crecieron un 134% (bienes creativos: artes visuales y performativas, artesanía, audiovisual, diseño, nuevos medios; servicios creativos: arquitectura, cultura y recreación, investigación y desarrollo, publicidad. Las exportaciones de bienes y servicios creativos en 2011 alcanzaron los 646 mil millones de dólares. Según el Centro Internacional de Comercio (ITC por su sigla en inglés), las industrias creativas y culturales, serían la quinta mercancía más transada del planeta. Price Waterhouse Coopers¹², estimó que en año 2012, este sector inyectaría \$ 2.2 billones

⁹ Nonaka, I. and Takeuchi, H. (1995), *The Knowledge-Creating Company*, Oxford University Press, New York, NY.

¹⁰ -Howkins, Jhon (2001), *The creative Economy: How people makemoney from ideas*. Lon-don, Penguin.

¹¹ UNCTAD. *Creative economy. Report 2008*, UNDP-UNCTAD, Geneva-New York. — (2010): *Creative economy. Report 2010*, UNDP-UNCTAD, Geneva-New York (2008).

¹² - PricewaterhouseCoopers (2001), "Estudio sobre la situación actual y perspectivas de la Gestión del Conocimiento y del Capital Intelectual", España. (Este desarrollo integral su-pone necesariamente el



de dólares anuales a la economía mundial, esto equivale al 230% del valor de las exportaciones petroleras. En opinión del Observatorio Vasco de la Cultura (2013), las Industrias culturales y creativas ocupan un lugar central en las políticas de crecimiento económico en aquellos territorios que han realizado una apuesta por el valor añadido, la creatividad y la innovación. De esta manera, todas las formulaciones sobre la sociedad del conocimiento o de la información se articulan alrededor de la creciente importancia y centralidad de la dimensión simbólica en la ordenación de las relaciones sociales y económicas.

En *segundo lugar*, según la generación de empleo, el sector de las industrias creativas y culturales en Colombia contribuye al 5.8% (Buitrago y Luque, p.126)¹³. Por esta razón, según estos autores, es necesario retener, atraer, capturar y reproducir el talento de un segmento de la población, que por lo general se encuentra subvalorado socialmente y pobremente remunerado económicamente (Buitrago y Duque, p. 79).

En *tercer lugar*, de acuerdo a la actual economía basada en el conocimiento, las industrias creativas constituyen un componente cada vez más importante en las economías post-industriales basadas en el conocimiento. No sólo contribuyen al crecimiento económico y la creación de empleo, sino que también actúan como elementos vehiculares en la transmisión de la identidad cultural, aspecto éste esencial en la difusión y promoción de la diversidad cultural (Unesco, 1986, p.2)¹⁴. En la economía del conocimiento y la economía creativa el valor y la riqueza se encuentran en el capital intangible (conocimiento, know-how, propiedad intelectual, capital relacional, posicionamiento, talento, etc.). Así pues, las estrategias de apoyo a las ICC deben ir más allá de un desarrollo sectorial más o menos inclusivo, se trata de promover las connotaciones culturales y creativas en el conjunto del sistema pro-ductivo (Observatorio de Cultura Vasco, 2013, p.8).

En *cuarto lugar*, desde la importancia de hacer investigación en este sector, es esencial ahondar aún más, porque es un sector poco comprendido en la gran mayoría de países, y queda pues, un largo camino para convencer a estos gobiernos del gran potencial de las

acercamiento de la Gestión del Conocimiento hacia actividades relacionadas con las siguientes áreas empresariales: “Planificación estratégica del negocio, desarrollo estratégico de producto, proceso de lanzamiento de nuevos productos, planificación y soporte a la logística de aprovisionamientos, planificación y soporte al proceso productivo, planificación y soporte a la logística de distribución y planificación de servicios post-venta”).

¹³ Buitrago y Duque (2013), La Economía Naranja: Una oportunidad infinita, Banco Interamericano de Desarrollo.

¹⁴UNESCO (1986), “ Comprender las Industrias Creativas Las estadísticas como apoyo a las políticas públicas”



industrias creativas en la actividades económicas nacionales (UNESCO, 1986, p.2)¹⁵. De otro lado, la UNESCO provee a los gobiernos nacionales de las herramientas necesarias para estudiar el sector de las industrias creativas, e insiste a los países a que este campo de investigación sea prioritario (UNESCO 1986, p.2). No obstante, la UNESCO “puede y debe abogar por el estudio de este campo emergente de investigación, que pertenece al dominio de la cultura, y contribuir así a identificar y difundir las mejores prácticas en obtención de datos y desarrollo de indicadores”. Una de las conclusiones de la UNESCO, a partir de los aportes de los investigadores en políticas públicas es que cada vez existe una mayor conciencia del papel de vital importancia que juegan las industrias culturales en el contexto socio-económico actual tanto por su potencial económico como por servir de elemento vehicular para la difusión de la diversidad cultural (p.7).

-Objetivo general

En relación con las industrias creativas y culturales de Bogotá, con el fin de tener evidencias que nos acerquen a su gestión real, y a las razones de su competitividad y de su crecimiento en la economía local, valorar los factores que influyen en el intercambio de conocimiento y en la cultura organizacional.

-Objetivos específicos

-Primero. Valorar los resultados de las investigaciones relacionadas con el intercambio de conocimiento y la cultura organizacional en organizaciones de otros contextos, de otros sectores y del sector específico que es motivo del estudio. Se trata de identificar las variables más significativas con el fin de comprobar su impacto en la gestión de las industrias de este sector ubicadas en Bogotá.

-Segundo: Diseñar un modelo conceptual original, que agrupe los aportes de los estudios realizados a partir de las contribuciones derivadas del intercambio de conocimiento y de la cultura organizacional. A partir de aquí, diseñar las hipótesis del trabajo para su respectiva comprobación.

-Tercero: Diseñar el instrumento de evaluación y aplicarlo en una muestra de 80 empresas de los sectores de patrimonio y cultura, publicidad, diseño, diseño de software y 3D, multimedia, música, video juegos, artes y prensa. Las empresas de la muestra utilizadas para este estudio se tomarán de la información facilitada por el BID (Banco Interamericano de Desarrollo).

-Marco teórico (Revisión de la Literatura)

¹⁵ UNESCO. Comprender las Industrias Creativas: Las estadísticas como apoyo a las políticas públicas (2013).

Nonaka y Knno (1998)¹⁶ han exhortado a las empresas a considerar la creación de conocimiento como una fuente de ventaja competitiva, a dirigir su atención a las necesidades de los trabajadores del conocimiento, y a generar un ambiente de aprendizaje que satisfaga las demandas de la economía post-industrial de la información. Los mismos autores mencionan los aportes de Drucker (1994, 2001) y Toffler (1990) cuando señalan que el conocimiento es una fuente importante de poder en manos de unos cuantos individuos, y agregan que lo que importa no es el tipo específico de labor profesional, sino la multiplicidad de las aptitudes que este nuevo trabajador del conocimiento debe poseer.

Blanco (2004)¹⁷, coincide con los aportes de Winter (1987) cuando afirma que el conocimiento está siendo reconocido como un activo estratégico, y con los de Quinn (1992), Nonaka y Takeuchi (1995), que lo consideran un recurso de ventaja competitiva. Lo mismo ocurre con Soo, Devinney y Midgley (1999) que, al tomar los aportes de Quinn (1992: 241), señalan «que la capacidad de administrar el intelecto humano -y el transformar los productos intelectuales en un servicio o en un grupo de servicios atados al producto- se está convirtiendo rápidamente en la destreza crítica del ejecutivo de esta era».

Con respecto a las industrias creativas y culturales, Buitrago y Restrepo (2013), afirman que la Economía Naranja, representa una riqueza enorme basada en el talento, la propiedad intelectual, la conectividad y la herencia cultural de la región. Destacan que su estudio es importante para aprovechar mejor las oportunidades que se esconden en las avenidas del conocimiento que constituyen las artes, los medios y las creaciones funcionales en la región de Colombia.

Desde los aportes de Boix y Lazzeretti y Capone (2008)¹⁸, matizan que la economía creativa es importante por tres razones. En primer lugar, porque aquellas actividades directamente basadas en la creatividad como input o output del proceso productivo generan más del 6% del producto interior bruto mundial y el 3,2% del comercio mundial de bienes y servicios. En segundo lugar, porque la creatividad es la base de la innovación, y todo ser humano, sociedad o actividad es creativo de alguna forma. En tercer lugar, la economía creativa propone también un modelo social y ecológico distinto. Más que un discurso conservador sobre cohesión y equidad, los valores clave son la diversidad y la tolerancia.

Para Berg y Hassink de la Universidad de Kiel (2014)¹⁹ en su estudio sobre ICC, destacan en primer lugar que las industrias creativas están profundamente involucradas en el nuevo

¹⁶ - Nonaka, I. y Konno, N. (1998), "The concept of "Ba": Building a foundation for knowledge creation", California Management Review, Vol. 40, N° 3, Spring, pp. 40-54.

¹⁷ - Blanco Valbuena, C., (2004), "La Gestión del Conocimiento en las empresas intensivas en tecnología en los parques tecnológicos vascos y el impacto en el rendimiento", Tesis doctoral, Universidad de Deusto (Campus de San Sebastián), País Vasco-España.

¹⁸ Lazzeretti L., Boix R. and Capone F. (2008): "Do creative industries cluster? Mapping Creative Local Production Systems in Italy and Spain", Industry and Innovation, Vol 15, n° 5, p.549-567.

¹⁹Berg y Hassink (2014), Creative Industries from an Evolutionary Perspective: A Critical Literature Review, Department of Geography, University of Kiel, Geography Compass 8/9 (2014): 653–664.



proceso de creación de valor, como valor agregado, sus obras derivan de la innovación. En segundo lugar, los productos más creativos (por ejemplo, cine y televisión drama) requieren conocimientos muy diversos y especializados. Por lo tanto, muestran un alto nivel de concentración en lugares específicos.

Según Sáenz, Aramburu y Blanco (2012)²⁰, el intercambio de conocimientos ha sido estudiado en la literatura por varios autores (Hansen, 1999; Tsai, 2002) y bajo diferentes terminologías. Algunos autores se refieren al intercambio de conocimientos como transferencia de conocimiento (Segay et al., 1996; Wijk van et al., 2008), o como flujos de conocimiento (Gupta y Govindarajan, 2000; Schulz, 2001). En el estudio realizado, los autores concluyen que, las iniciativas de intercambio de conocimientos basados en la interacción personal (comunidades de práctica, coaching, mentoring y rotación funcional de los empleados) parecen ser las más influyentes, tanto para la generación de nuevas ideas como para la gestión de proyectos de innovación. Por lo tanto, se puede concluir que los procesos de socialización – es decir, el intercambio de conocimientos tácitos – son fundamentales para fomentar la innovación

Al analizar los aportes de Azudin, Mohd Nor y Taherali (2004)²¹ relacionados con el intercambio de conocimientos (Knowledge Sharing) en las industrias creativas y culturales, se observa que el intercambio de conocimientos se refiere a las "actividades de transferencia o diseminación de conocimientos de una persona, organización grupal a otra. Según Wang (1999)²², el intercambio de conocimientos es la conversión entre el conocimiento tácito y el conocimiento explícito y viceversa, los cuales son visibles en los productos y servicios.

Con respecto a la cultura organizacional y la relación con el intercambio de conocimientos, Stoddart (2001)²³ argumenta que el intercambio de conocimientos sólo puede funcionar si la cultura de la organización lo promueve. A partir de los estudios de De Long y Liam (2000)²⁴, enuncian que la cultura influye en el conocimiento compartiendo hasta un 80%. En consecuencia, para desarrollar eficazmente la cultura de intercambio de conocimientos organizacionales, es necesario que haya cambios en la cultura de la estrategia organizativa, la estructura, los mecanismos de apoyo, el desarrollo de la gestión, la comunicación, la confianza, la motivación y el aprendizaje.

-Metodología:

²⁰ Sáenz, Aramburu y Blanco (2012), "Knowledge Sharing and innovation in Spanish and Colombian high-tech firms", Journal Knowledge Management, Vol.16, N° 6, pp. 919-933.

²¹

²² Wang, F. H. (1999). Knowledge Management. China: Economy Shan Xi Publisher.

²³ Stoddart, L. (2001). Managing Intranets to Encourage Knowledge Sharing: Opportunities and Constraints. Online Information Review. 25(1): 19-28.

²⁴ De Long, W. and Liam, F. (2000). Diagnosing Cultural Barriers to Knowledge Management. The Academy of Management Executive. 14(4): 113-127.



Este estudio, considerado descriptivo, se realizará con la información obtenida de una muestra de 80 directivos de igual número de empresas de la industria cultural y creativa con sede en Bogotá. Las empresas en las que laboran los entrevistados corresponderán a los siguientes subsectores: desarrolladoras de software e impresión 3D (20%), publicidad (16%) artes escénicas (16%), video juegos (13%), música (11%), patrimonio y cultura (5%), diseño (5%), audiovisuales y multimedia (5%), comunicación y prensa (5%), otras (4%). Según el tamaño: grandes (9%), medianas (22%), pequeñas (45%), micro (16%) y sin precisar tamaño (8%).

El cuestionario se aplicará de forma personalizada, durante el periodo mayo a julio de 2018, por los autores de la investigación y el apoyo de un grupo de estudiantes de seminario de investigación (último semestre de carrera) del programa de Administración de Empresas de la Escuela Internacional de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad de La Sabana. Se utilizará una escala de Likert de 1-7, para valorar las preguntas del cuestionario.

El método estadístico que se aplicará podría ser el análisis factorial (AF) o el método del análisis agregado y desagregado. El primer método, representa las relaciones entre un conjunto de variables. Plantea que estas relaciones pueden explicarse a partir de una serie de variables no observables (latentes) denominadas factores, siendo el número de factores substancialmente menor que el de variables. El modelo se obtiene directamente como extensión de algunas de las ideas básicas de los modelos de regresión lineal y de correlación parcial. Del primer modelo se derivan las ecuaciones fundamentales del AF. Del segundo se derivan las ideas clave para evaluar el ajuste del modelo a los datos.

El segundo método, de acuerdo con Álvarez et al. (2015), cuando se trata de analizar los datos resultados de la investigación científica, suelen existir dos enfoques: El primero, consiste en analizar información desagregada de conjuntos de los datos, y el segundo, utiliza la información agregada del conjunto de los datos. El análisis de los datos desagregados para explicar el comportamiento individual implica el supuesto de que la relación entre las variables de medición en cuestión es heterogénea entre los individuos o que los subcomponentes de las variables de medición son heterogéneos, y el análisis agregado de los datos para explicar el comportamiento colectivo implica el supuesto de que la relación entre las variables de medición en cuestión es homogénea entre los individuos o que los subcomponentes de las variables de medición son homogéneos (Hsiao, et al. 2005). En este sentido, un análisis de regresión utilizando datos agregados proporcionar conclusiones de los comportamientos de los individuos diferentes de las conclusiones utilizando datos desagregados (Garett, 2003).

-Resultados esperados:



-Publicación de un artículo en una revista nacional o internacional.

-Insumo como capítulo de un libro en gestión, apropiación y transferencia de conocimiento.

-Socialización de los resultados con los empresarios que participen de la investigación. En este aspecto resaltamos el valor de la socialización como una estrategia de la cultura científica que promueve el investigador principal.

-Productos esperados (relaciónelos de acuerdo con la tipología de Colciencias- Ver Tabla anexa a la convocatoria): Numerales de la Tabla de Colciencias:

1-Capítulo de un libro: **2.1.3.1.3.**

2. Publicación en revista: **2.1.3.1.1.**

3. Socialización de los resultados con los empresarios: **2.1.3.3.4.**

Contribución del proyecto al cumplimiento de la misión institucional: (Se pueden consultar en la página de la Unidad de Investigación)

1. Con qué líneas del PIM se vincula el proyecto: El desarrollo del proyecto está unido a las línea de Proyección social e investigación pertinente, y Compromiso con el proyecto educativo.

2. Con qué acciones del Plan General de Desarrollo Bogotá, se articula el proyecto:

En este sentido, el proyecto sobre industrias creativas y culturales, está relacionado con el Segundo Eje Transversal: Desarrollo económico basado en el conocimiento. “La limitada asistencia técnica y acompañamiento empresarial para las Mipymes está relacionada con la carencia del diagnóstico particular de cada unidad productiva y en relación con su sector productivo. Las empresas enfrentan la ausencia de asesoría adecuada para el desarrollo de habilidades empresariales, mejoramiento de procesos de producción, implementación de prácticas de calidad, superación de los obstáculos de acceso a mercados y dificultades administrativas que afectan el desarrollo de las actividades económicas y limitan la construcción de una ciudad-región sostenible”. **La estrategia que propone el Plan de Bogotá 2016-2020 es:** Promoción de herramientas de transferencia y **difusión de tecnología y conocimiento** desde las universidades y centros de investigación hacia el sector productivo, así como el mejoramiento de habilidades de comercialización de los resultados de investigación por parte del sector académico.

Presupuesto:

Nota: Este proyecto tendrá dos fases. La primera es de 9 meses. La segunda fase será de 7 meses.

Recurso solicitado FODEIN		
Concepto	Descripción	Monto
Personal científico	Ing.Carlos Blanco, Msc-Ph.D	80 horas/mes=





		\$2'112.000 x 9 meses = \$ 19'000.000
	Prof. Dr. César Bernal (Universidad de La Sabana)	El costo del investigador es asumido por la U. de La Sabana.
	Dos auxiliares de investigación de la U. de La Sabana que apoyarán la aplicación de las entrevistas cara a cara con los empresarios.	
Auxilio a investigadores	Reconocimiento económico a estudiantes de pregrado	0
Asistentes de investigación	Reconocimiento económico a estudiantes de posgrado	0
Equipos	Consultar en adquisiciones y suministros para evitar duplicidad	0
Software	Consultar en departamento TICS para evitar duplicidad	0
Materiales		0
Papelería		0
Fotocopias		0
Salidas de campo	Lugar, tiempos, actividades, investigadores	0
Material bibliográfico	Libros, suscripciones a revistas, etc	0
Publicaciones	Libros, traducciones, publicación en revistas	2'500.000
Servicios técnicos	Laboratorios, personas naturales	3'000.000
Movilidad académica	Eventos para socialización de avances y resultados, pasantías	6'000.000
Organización de eventos	Eventos para difusión de resultados con los empresarios de las empresas que participen en el estudio.	1'000.000
	Total	19'000.000 +12'500.000= \$ 31'500.000



Contrapartida externa		
Para proyectos en cooperación y alianza estratégica informal		
Institución	Descripción	Monto
U. de La sabana	Dos auxiliares de Investigación. Costo que asumirá la U. de La Sabana durante el proceso de la investigación.	12'000.000
U. de La Sabana	Co-investigador con experiencia en gestión de conocimiento a través de proyectos de investigación en los últimos 10 años. El costo del co-investigador es asumido por la U. de La Sabana.	32'000.000
Total		44'000.000

-Cronograma:

Fecha de inicio: 15 de enero de 2018. Fecha de Finalización: 15 de abril de 2019												
Actividad a desarrollar	Mes 1	Mes 2	Mes 3-4-5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12-13	Mes 14	Mes 15-16-17
1-Identificación de bases de datos para bajar los artículos.	x											
2-Clasificación de los artículos producto de las investigaciones internacionales y nacionales		x										
3-Lectura de los artículos a partir del análisis y reflexión con el fin de identificar las variables de los constructos.			x									
4-Diseño del modelo conceptual y las hipótesis				x								
5-Diseño del cuestionario y prueba piloto.					x	x						
6- Aplicación de los cuestionarios a los empresarios							x	x	x			
7-Análisis estadístico										x	x	
8-Redacción del artículo												x
9-Envío del artículo a revista												x

-Bibliografía



-Berg y Hassink (2014), Creative Industries from an Evolutionary Perspective: A Critical Literature Review, Department of Geography, University of Kiel, *Geography Compass* 8/9 (2014): 653–664.

-Blanco Valbuena, C., (2004), “La Gestión del Conocimiento en las empresas intensivas en tecnología en los parques tecnológicos vascos y el impacto en el rendimiento”, Tesis doctoral, Universidad de Deusto (Campus de San Sebastián), País Vasco-España.

-Buitrago y Duque (2013), *La Economía Naranja: Una oportunidad infinita*, Banco Interamericano de Desarrollo.

-Davenport, T.H. and Prusak, L. (1998), *Working Knowledge: How Organizations Manage What They Know*, Harvard Business School Press, Boston, MA.

-De Long, W. and Liam, F. (2000). Diagnosing Cultural Barriers to Knowledge Management. *The Academy of Management Executive*. 14(4): 113-127.

-Derojeda, K; Nagtegaal, F; Lengton, M y Peyoush Datta (2013), Creative industries Analysis of industry-specific framework conditions relevant for the development of world-class clusters. Enterprise and Industry Directorate-General of the European Commission. European Union.

-Gobierno Vasco (2014), *Las industrias culturales y creativas: Debate Teórico desde la Perspectiva Europea*. Departamento de educación, política lingüística y cultura. Vitoria-Gasteiz.

Gurteen.com. (2009). Organizational Culture. [online]: <http://www.gurteen.com/gurteen/gurteen.nsf/id/organizational-culture>.

-Howkins, Jhon (2001), *The creative Economy: How people makemoney from ideas*. Lon-don, Penguin.

-Kooyman, R y Hagoort, G (2010), *The Entrepreneurial Dimension of the Cultural and Creative Industries*, Utrecht School of the Arts. The Faculty of Art y Economics and the Faculty of Art, Media y Technology. The Netherlands .

-Lazzeretti L., Boix R. and Capone F. (2008):”Do creative industries cluster? Mapping Creative Local Production Systems in Italy and Spain”, *Industry and Innovation*, Vol 15, nº 5, p.549-567.

-Lazzeretti, L.; Boix, R., y Capone, F. (2008), «Do creative industries cluster? Mapping creative local production systems in Italy and Spain», *Industry and Innovation*, 15(5), 549-567.

-Nonaka, I. and Takeuchi, H. (1995), *The Knowledge-Creating Company*, Oxford University Press, New York, NY.

-Nonaka, I. y Konno, N. (1998), “The concept of “Ba”: Building a foundation for knowledge creation”, *California Management Review*, Vol. 40, Nº 3, Spring, pp. 40-54.

-PricewaterhouseCoopers (2001), “Estudio sobre la situación actual y perspectivas de la Gestión del Conocimiento y del Capital Intelectual”, España. (Este desarrollo integral su-pone necesariamente el acercamiento de la Gestión del Conocimiento hacia actividades relacionadas con las siguientes



áreas empresariales: “Planificación estratégica del negocio, desarrollo estratégico de producto, proceso de lanzamiento de nuevos productos, planificación y soporte a la logística de aprovisionamientos, planificación y soporte al proceso productivo, planificación y soporte a la logística de distribución y planificación de servicios post-venta”).

-Sáenz, Aramburu y Blanco (2012), “Knowledge Sharing and innovation in Spanish and Colombian high-tech firms”, Journal Knowledge Management, Vol.16, N° 6, pp. 919-933.

-Scherrer, W (2008), Cultural Industries, Knowledge Transmission, and Regional Innovation Activity: Performing Arts in Salzburg. Prepared for the International Conference of the Regional Studies Association].

-Stoddart, L. (2001), Managing Intranets to Encourage Knowledge Sharing: Opportunities and Constraints. Online Information Review. 25(1): 19-28.

-Suppiah y Singh Sandhu (2011), Organisational culture’s influence on tacit knowledge-sharing behaviour, journal of knowledge management, Vol. 15 N°. 3, 2011, pp. 462-477.

-UNCTAD. Creative economy. Report (2008), UNDP-UNCTAD, Geneva-New York. — (2010): Creative economy. Report 2010, UNDP-UNCTAD, Geneva-New York (2008).

-UNESCO (1986), “Comprender las Industrias Creativas Las estadísticas como apoyo a las políticas públicas”.

-UNESCO (2013), “Comprender las Industrias Creativas: Las estadísticas como apoyo a las políticas públicas”.

-Wang, F. H. (1999), Knowledge Management. China: Economy Shan Xi Publisher.

-Posibles evaluadores (nombre, último nivel de formación, correo electrónico): Debido a la trayectoria de los investigadores en los últimos 15 años, solicitamos que los evaluadores finales del artículo sean externos e internacionales cuando se envíe el artículo a una revista indexada. Para tener una evidencia con respecto al enunciado anterior anexamos la síntesis del currículo de uno de los investigadores:

1-Ing. Carlos Blanco, Msc-Ph.D.

-Formación Académica

Ph.D Economía y Dirección de Empresas por la Universidad de Deusto de la Compañía de Jesús, Bilbao-San Sebastián, País Vasco (1999-2004), Máster en Dirección de Empresas por el Instituto Directivos de Empresa, Madrid-España (1991-1993), Especialista en Gestión Técnica de Proyectos Univ. Carlos III Madrid-España (2005), Especialista en Gestión de la Ciencia y la Tecnología Universidad Carlos III, Madrid-España (2005). Diplomado en Diseño y desarrollo curricular para la



adquisición de competencias en la Educación Superior, Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá (2007). Formación Técnica en Transferencia de Tecnología (becario del Gobierno Francés, 1987). Diplomado en Agroindustria, Universidad Jorge Tadeo Lozano, Bogotá (1984).

-Artículos Publicados en Revistas Indexadas

- Activos Intangibles, acuerdos de colaboración y rendimiento de las empresas de alta tecnología en el País Vasco, Cuadernos de Administración, Pontificia Universidad Javeriana, 2005.
- Estudio sobre la Gestión del conocimiento en empresas Vascas, Revista Internacional de Estudios Vascos, Diputación Foral de Bizkaia, San Sebastián, 2005.
- Comportamiento de empresas intensivas en tecnología: El Caso de los parques tecnológicos Vascos, Ministerio de Industria, Comercio, España, 2007.
- La Gestión de Conocimiento en entidades de conocimiento: Caso de los laboratorios académicos y las empresas de base tecnológica de Europa, Pensamiento y Gestión, Ediciones Uninorte, 2007.
- La Gestión de Conocimiento en Entidades de Conocimiento, Cuadernos de Administración, Colección, Pontificia Universidad Javeriana, 2008.
- El Papel de las Redes en la Transferencia de Conocimiento, Cuadernos de Administración, Pontificia Universidad Javeriana, 2008.
- El conocimiento y su gestión en la Nueva Economía, Cuadernos de Administración, Colección, Pontificia Universidad Javeriana, 2008.
- Percepciones sobre la gestión del conocimiento por una muestra de directivos de grandes y medianas empresas en Bogotá, Cultura, Tecnología y Patrimonio, Guadalajara, 2009.
- Experiencias de investigación en contextos internacionales: redes de los parques tecnológicos vascos, Universidad-Empresa-Estado, Universidad Industrial de Santander, 2009.
- Knowledge sharing and innovation: the case of Spanish and Colombian high-tech firms, Journal Knowledge Management, Emerald Group Publishing Limited, United Kingdom, 2012.
- Relación entre las Variables del Entorno y la Innovación por Diseño en una muestra de Empresas en Bogotá, Información Tecnológica, N° 4, Agosto 2017.
- Industrias Creativas y Culturales en Bogotá: Perfil de la Gestión del Conocimiento, Artículo en Proceso de evaluación externa internacional.
- Transferencia Interna de Conocimiento en Maloka: Corporación para la Divulgación de la Ciencia, la tecnología e innovación. Investigación en proceso para ser publicada en 2018.

-Libros Publicados como resultado de investigaciones realizadas

- Alianzas Estratégicas en empresas intensivas en conocimiento, Capital Intelectual e Innovación, Editorial académica española, Saarbrücken, Alemania, 2012.
- Evidencias de la gestión de Conocimiento en Contexto sociales y tecnológicos de países de Latinoamérica y Europa, Editor, Editorial OmniaScience, 2015.
- Cómo desarrollar procesos de aprendizaje para estudiantes: Desarrollo de capacidades para ser mentor, Editor, Editorial Omnia Science, 2016.
- Impacto de la Gestión del conocimiento en el rendimiento de las empresas ubicadas en los



Parques Tecnológicos del País Vasco, 2017.

-Asesor-Mentor- investigador en Gestión del conocimiento

- Investigador en la Universidad Autónoma de Madrid (2005)
- Ministerio de Educación Nacional (2009-2010)
- Maloka (2011)
- Corporación Día de la Niñez (2010, 2012, 2013)
- Empresas de Autopartes de Bogotá, Manizales y Cali (2011).
- TES-América. Proyecto Financiado por Colciencias, (2009)
- Alcaldía de Chinchiná (Caldas, 2010)

-Profesor-Investigador

- Maestría en Administración de Empresas, Universidad Santo Tomás de Bucaramanga (2009-2012).
- Maestría en Administración de Empresas, Pontificia Universidad Javeriana de Cali (2010)
- Especialización en Innovación y Tecnología, Pontificia Universidad Javeriana (2007-2009).
- Maestría en Administración, Universidad Santo Tomás (2013, 2014).
- Maestría en Innovación y Conocimiento, Universidad Industrial de Santander (2016).
- Pontificia Universidad Javeriana, Administración de Empresas (2006-2009)
- Pontificia Universidad Javeriana, Ingeniería Industrial (1996-2000).

-Experiencia en empresas privadas y públicas

- Avícola del Valle, Superintendente de Producción y Nuevos Productos (1986-1989)
- Avianca-Presto, Director Calidad y Nuevos Productos (1989-1991).
- Veeduría Distrital de Bogotá, Director Administrativo y Financiero (1993-1997).



BOGOTÁ • PBX: (571) 587 87 97 Línea gratuita nacional: 01 8000 111 180
Carrera 9. n.º 51-11 / www.usta.edu.co / contactenos@usantotomas.edu.co
VICERRECTORÍA GENERAL DE UNIVERSIDAD ABIERTA Y A DISTANCIA • Tel. (571) 595 00 00
Carrera 10. n.º 72-50 / www.ustadistancia.edu.co / admisiones@ustadistancia.edu.co
NIT: 860012357-6

