



## PROCESO DE GESTIÓN DE INNOVACIÓN EN LAS INSTITUCIONES PÚBLICAS

(INNOVATION MANAGEMENT PROCESS IN PUBLIC INSTITUTIONS)

**Milton Isidro Molero León**

[mimolero@Urbe.edu.ve](mailto:mimolero@Urbe.edu.ve)

 <https://orcid.org/0000-0002-7513-9010>

LUZ, Venezuela

Como citar: Molero, Milton (2022) Proceso de gestión de innovación en las Instituciones Públicas. CICAG: Revista Electrónica Arbitrada del Centro de Ciencias Administrativas y Gerenciales, 19(1), Venezuela. (Pp.16-31)

### RESUMEN

El presente artículo tiene como objetivo identificar los campos de acción donde los funcionarios públicos, empleados y trabajadores, se sientan comprometidos con los distintos procesos de gestión de innovación en las instituciones públicas, su finalidad es proporcionar diferentes herramientas, que permita desarrollar programas sociales, para la preparación de políticas públicas nuevas, productiva, participativa y comunitaria, basadas en los diferentes recursos económico y su distribución territorial, político administrativo. En tal sentido esta investigación busca implementar las formas de articulación entre los distintos procesos que se aplican en las instituciones públicas, tales como la gestión de innovación organizacional en las funciones públicas, los procesos de gestión de innovación tecnológica, los aspectos relacionados con la gestión de innovación en marketing digital y la gestión de innovaciones de productos y servicios, que requieren un cambio de las funciones tradicionales que se vienen ejecutando. En consecuencia se pretende introducir nuevos lineamientos en el proceso de innovación de las Instituciones Pública y los diferentes mecanismos usados para redimensionar, replantear e innovar las gestiones de las funciones de gestión administrativas del Estado.



**Palabras clave:** Proceso, Gestión, Innovación, Instituciones pública, Tecnología.

## ABSTRACT

This article aims to identify the fields of action where public officials, employees and workers feel committed to the different innovation management processes in public institutions, its purpose is to provide different tools that allow the development of social programs, to the preparation of new, productive, participatory and community public policies, based on the different economic resources and their territorial, political-administrative distribution. In this sense, this research seeks to implement the forms of articulation between the different processes that are applied in public institutions, such as the management of organizational innovation in public functions, the management processes of technological innovation, the aspects related to the management of innovation in digital marketing and the management of product and service innovations, which require a change from the traditional functions that are being executed. Consequently, it is intended to introduce new guidelines in the innovation process of Public Institutions and the different mechanisms used to resize, rethink and innovate the management of the State's administrative management functions.

**Keywords:** Process, Management, Innovation, Public institutions, Technology.

## INTRODUCCIÓN

El proceso de gestión de innovación en las Instituciones públicas, es un tema de vital importancia que enfrenta grandes desafíos y las nuevas amenazas por descubrir o innovar en el fortalecimiento de sus funciones y brindar un bienestar social a las comunidades para los cuales están responsablemente comprometidos.

El objetivo general es identificar el proceso de gestión de innovación en las instituciones pública, centrado en criterios y acción donde sus ciudadanos se sientan comprometidos con los distintos procesos de gestión pública, participativa y comunitaria, así como desarrollar mecanismos de gestión que permitan producir transformaciones y cambios innovadores en el entorno de sus ciudadanos y en el espacio geopolítico.



Las nuevas acciones para la consecución del proceso de innovación, producirán un rápido entusiasmo en las organizaciones institucionales que procuran un desarrollo duradero y sostenibles de sus gestión políticas administrativas, así mismo producir una expansión de la democracia participativa de justicia y equidad suscrito en la ética del contexto del ámbito social y de las fases de la gestión innovación del Estado.

En este orden de idea se presentan los fundamentos teóricos relacionados con los temas estudiado como son, el proceso de gestión de innovación en las instituciones pública, el cual viene a significar una serie de operaciones sucesivas que se aplican a un fenómeno, con el fin de producir una transformación o cambio sustancial, el tema de la gestión de innovación organizacional y las funciones pública, que trata de las combinación de ideas, capacidad, conocimiento y recurso, que representar una fuente de crecimiento en el desarrollo de estrategia competitiva, como factor clave del éxitos en las organizaciones

La gestión de innovación tecnológica, la informática y las redes sociales, que representan en las instituciones públicas, una serie de interacción moderna cooperativa, como apoyo sistémico organizado para desarrollar sus funciones. El tema de la gestión de innovación en el mundo del marketing digital y mercadeo, considerado un aspecto nuevo e innovador en el ámbito de las instituciones públicas, y el tema de la gestión de innovación como un producto o servicio, que representa un enfoque sistémico para las instituciones públicas, cuenta con una serie de planteamientos inspirado en los distintos procesos de desarrollo que como utilidad pública deben enfrentar para brindar una gestión eficiente, calidad, nuevas e innovadas

La metodología usada en este artículo, se llevó a cabo mediante un estudio exploratorio explicativo, por cuanto buscaba determinar qué herramientas emplean para el proceso de gestión de innovación en las Instituciones públicas del País. Se enfoca en desarrollar actividad de innovación específica para identificar las condiciones actuales de información en este determinado momento.

En consecuencia no es necesario contar con un perfil de gestión política determinado, se debe de analizar el valor del bien institucional público y hacer un estudio con una visión estratégica cooperativa y competitiva, para saber cuáles son las nuevas tecnologías, las redes sociales y los productos y servicios, más eficientes para llegar a él y presentar un nuevo proceso de innovación en las instituciones públicas.



## FUNDAMENTACION TEÓRICA

### Proceso de gestión de innovación en las Instituciones Públicas.

El proceso de gestión de innovación en las instituciones públicas, viene a significar, entre muchas explicaciones técnicas y académica, un conjunto de operaciones sucesivas que se aplican a un fenómeno, con el fin de producir una transformación o cambio sustancial en la prestación de los servicios públicos; en este sentido Zerillo, (2016, p,2), manifiesta “desde hace algunos años, la innovación ha adquirido una especial relevancia en la gestión pública, forzando a las administraciones a buscar nuevos mecanismos de gestión, amparados en la Nueva Gestión Pública”, con el fin de satisfacer las necesidades de los ciudadanos a través de una nueva gestión pública innovadora.

Para Scheel, (2011) citado por Aponte, (2015, p, 31), muestra a un grupo de ocho ciudades que han cambiado el paradigma tradicional de crecimiento constante hacia un avances extraordinario y que están actualmente muy bien posicionadas en el ámbito mundial, en este sentido uno de los actores en el proceso de innovación, lo constituyen las instituciones pública, que más de seguir un modelo de gestión de eficiencia y eficaz, se centra en romper los paradigmas funcionales en las instituciones pública dentro del marco de una innovación sostenibles en el espacio y tiempo, en el ámbito social, cultural, educativo y tecnológico de sus ciudadanos, identificándose como Ciudades Inteligentes e Innovadoras.

El presente artículo tiene como objetivo general, identificar el proceso de gestión de innovación en las instituciones pública, centrado en criterios y acción donde sus ciudadanos se sientan comprometidos con los distintos procesos de gestión pública, participativa y comunitaria, en este mismo orden de idea desarrollar mecanismos de gestión que permitan producir transformaciones y cambios innovadores en el entorno de sus ciudadanos, en el espacio geopolítico, económico y social donde se desenvuelvan, generando un nuevo desarrollo armónico, equilibrado e innovador de utilidad pública institucional en el territorio.

Cabe destacar que este proceso de gestión de innovación en las instituciones públicas, debe estar definido bajo unos objetivos específicos que permita implementar políticas innovadoras coherentes, relacionadas con los diferentes planes y proyectos, decisiones, recursos, competencias y seguimiento que aseguren su posicionamiento en las comunidades.

Aponte, (2015, p, 61), dice que la innovación vista como un proceso, se caracteriza por ser compleja, además de estar muy relacionado con aspectos intrínsecos de cada Institución que lo implementa”, en este sentido se deberá



considerar diferentes fases de procesos de gestión de innovación de acuerdo a la misión y visión de cada Institución Pública.

En consecuencia este proceso categóricamente consiste, en producir una práctica cotidiana innovadora en las instituciones públicas, sobre la base de tecnología, marketing digital, productos y servicio, con métodos nuevos y mejorados, para conseguir un cambio continuo y diverso en los futuros emprendimientos.

### **Tipos de procesos de gestión de innovación en las Instituciones Pública.**

El proceso de gestión de innovación puede producirse en cualquiera organización, empresa e institución pública o una organización, con o sin fines de lucro. Puede afectar el desempeño de la propia organización, es decir el producto o servicio, pero también las estructuras funcionales y sus implicaciones en los distintos tipos de procesos que se presente y se presten.

### **Gestión de innovación organizacional. Funciones pública.**

La combinación de ideas, capacidad, conocimiento y recurso son los términos asociados a los proceso de gestión de innovación de las instituciones públicas, representar una fuente de crecimiento en el desarrollo de estrategia competitiva, como factor clave del éxitos en las organizaciones, que permitan encontrar nuevas situaciones del entorno. Cabe señalar López, Falconí, López y Pomaquero (2018), el proceso de gestión innovación exige la coordinación, participación, integración de esfuerzo para cumplir múltiples actividades y responsabilidades en el desempeño de las funciones públicas”.

A tal efecto el proceso de gestión de innovación en las instituciones pública, se desenvuelve a través del desarrollo de un ambiente de creatividad y confianza. El personal en primer lugar debe estar consiente que no existe riesgo involucrados en los proceso de cambios empleados.

Los referidos autores consideran que la administración reconoce el hecho de que las ideas iniciales pueden sonar descabelladas sólo para llegar a ser transformadora. En este sentido de confiabilidad de los resultados el comportamiento para la formulación de nuevas ideas, modificaciones o mejoras proporcionadas por los funcionarios públicos, podrán ser cuestionadas y sometidos a sanciones administrativas, por no cumplir con el procedimiento rutinario especificado.

Es muy ocurrente que en las Instituciones públicas, los empleados desarrollen un ambiente de miedo y de temor a ser amonestados, degradado o reubicado de sus



funciones por no obedecer con los procedimientos, por lo tanto es poco probable que no tenga iniciativa participar en ningún proceso de innovación. En este sentido la gestión de innovación y los nuevos cambios implica un nivel de cooperación razonable del equipo de trabajo, una participación proactiva del líder o gerente al frente de la actividad, con autonomía para trazar un camino en la consecución, de los objetivos y una garantía para cumplir con las metas programadas en el presupuesto de gestión de la institución.

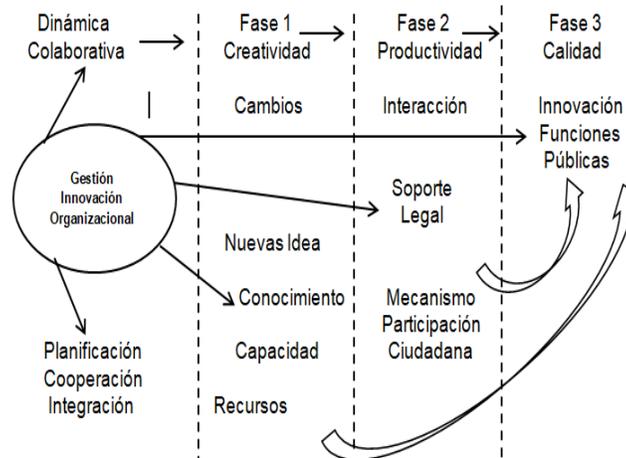
Cabe mencionar, el proceso de gestión de innovación implementado por la Organización Pfizer en la elaboración de la vacuna contra el COVID-19. Ellos innovaron en el procedimiento estratégico corporativo rutinario, para la elaboración y puesta en práctica de la misma, simplemente modificaron las fases del proceso científicamente diseñado por los investigadores, produciendo un efecto positivo de reacciones simultáneas reduciendo los tiempos en las muestras seleccionadas para su confiabilidad y eficacia de un 95% permitido.

En este orden de ideas las instituciones públicas, desarrollan procesos repetitivo y en la mayoría de los caso no requieren de cambios en sus procedimientos, para realizar las actividades rutinarias, de hecho las administraciones públicas siguen una tradición garantista y burocrática, lo que significa que cuentan con una lógica organizativa rígida y piramidal. Criado, J. (2017, p, 23), sin embargo en los últimos años se ha producido un incremento por el interés de realizar procesos de innovación, dada la existencias de nuevas generaciones de tecnologías y de nuevas formas de planificaciones estratégicas institucionales, que estudia un conjunto de conductas innovadoras, para producir un cambio de los estándares administrativos de los gobiernos de turno.

Las fases de la dinámica colaborativa en las instituciones públicas, están representadas por variable discreta en la contribución de los cambios y mejoras de los procesos de innovación, estos mecanismos representan un recurso activo y planificado del desarrollo de las funciones públicas sometidas a estos cambios, facilitando así la interacción entre la sociedad civil y los problemas clave de la ciudad. Todos estos aspectos se manifiestan en la urgente necesidad, de incorporar un proceso de gestión innovación abierto, constante dentro del sector público en todos los niveles del Estado.

En tal sentido el proceso de gestión de innovación en las instituciones públicas viene a considerarse, una búsqueda de logros, una mayor productividad y una eficiencia colectiva para el cumplimiento de metas, por partes de los distintos liderazgo de quienes la dirigen, introduciendo el soporte legal y los mecanismos de participación ciudadana en el equilibrio geopolítico del gobierno (Ver figura 1)

Figura 1  
Gestión de innovación organizacional. Funciones pública.



Fuente: Molero (2021)

### Gestión de innovación tecnológica, informática y redes sociales.

La gestión de innovación tecnológica, la informática y las redes sociales, representan en las instituciones públicas, una serie de interacción moderna cooperativa, como apoyo sistémico organizado para desarrollar sus funciones. La ciencia, la tecnología, la robótica y la inteligencia artificial, se han posicionado estructuralmente de la capacidad operativa de los sistemas de información de gestión pública.

La motivación, la visión compartida, las ideas, la información y los equipos de trabajo, vienen aplicándose y funcionando para que con equipamiento tecnológico, las instituciones públicas, realicen sus trabajos, a objeto de buscar los nuevos procedimientos técnicos, científicos y sociales para lograr las metas. Al respecto la plataforma y tecnología digital, la hiper automatización, las direcciones de informática, todos en conjunto forma parte activa de los cambios competitivo en la redes de innovación de las instituciones y organizaciones de un Estado o País.

Según Chapt (2015), el líder innovador debe estar respaldado por una cultura tecnológica que lo apoye, en tal sentido refiere a la Empresa Google, plantea cinco elementos de su cultura innovadora que otros deberán imitar, empoderar a los empleados, mostrar honestidad con respecto al fracaso, fomentar la comunidad, establecer objetivos exigentes y estimular a los mandos directivos a ser líderes. Estos principios nos conducen hacia una gestión de innovación tecnológica, desde la visión de un líder colaborador e inteligente, que transforme un sueño en realidad.



La innovación tecnológica y los procedimientos empleados, viene a significar un extraordinario aporte a la evolución histórica de las instituciones públicas, en este sentido Aponte (2015, p 60), argumenta que existen diferentes investigaciones con enfoques variados, de cómo estudiar la innovación como concepto y como proceso así mismo establece la interrelación entre las diferentes etapas que participan, los elementos que la caracterizan y sus relaciones.

De acuerdo a Trott, (2005), citado por Aponte (2015, p, 64), una innovación se caracteriza por la presencia de dos elementos fundamentales, representados por la novedad y por la explotación comercial en este sentido se entiende como proceso de innovación tecnológica a la construcción de una nuevas ideas, una invención capaz de ser un artefacto tangible, exitosa y comercial.

Cabe señalar que el desenvolvimiento de los avances e invenciones tecnológicas, no se lleva a cabo de manera aislada, ni instantánea, por el contrario es un conjunto de herramientas físicas e intelectual, que permite encaminar los diferentes procedimientos para obtener un resultado nuevo o novedoso, con características propias a ser clasificado como una innovación y de esa forma identificarse, como un proceso de innovación tecnológica, en un determinado contexto para su respectiva aplicación.

El proceso de gestión de innovación tecnológica, obedece a varios aspectos complejos entre los que se pueden identificar, el conocimiento, los recursos económicos, las herramientas propiamente técnicas e infraestructuras Aponte (2015, p, 67), así como la variabilidad del recurso humano en el espacio y tiempo de su elaboración, los cuales interviene en cada una de las etapas e interrelación de la nueva tecnología.

En este sentido el proceso consiste primero en el reconocimiento de la oportunidad y la factibilidad técnico, seguidamente la formulación de ideas que consiste en la fusión del concepto del diseño y su evaluación, se procede a la obtención de información mediante experimentos y cálculos con el uso de técnicas disponible e información del mercado, adaptación a la tecnología para llegar a obtener pruebas y soluciones con un prototipo y por ultimo una transferencia de la manufactura, que conlleva al uso y difusión de internet a través de un monitoreo del entorno que visualicen señales de cambio en la tecnología.

En este orden de ideas, sobre el proceso de gestión de innovación tecnológica se aplica la informática, elemento clave en el desenvolvimiento y desarrollo de la nueva tecnología y su imprescindible monitoreo, así mismo en el este aspecto cabe mencionar las redes sociales como parte de ese proceso de inteligencia tecnológica competitiva que se desarrolla desde la generación de la idea, su

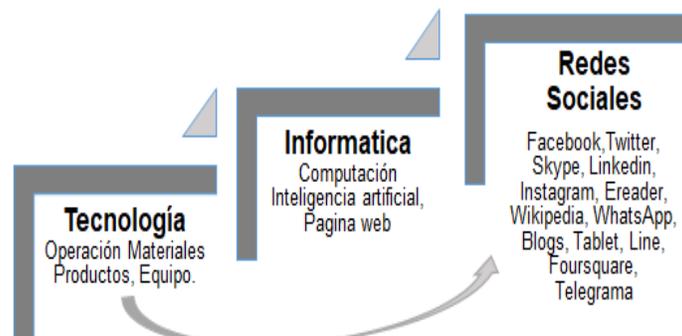
investigación y desarrollo, su transferencia, la masificación en el ámbito de negocios y su posicionamiento en las instituciones públicas.

En este sentido se proyectan en las instituciones públicas cambios e innovaciones sobre, los trabajos del futuro y las profesiones mayormente solicitadas en los próximos años, los cuales vienen a significar un altísimo reto a los dirigentes públicos del Estados; por enfrentarse a estos avances tecnológicos, informática, de redes sociales, de la electrónica y del Ciberespacio, los cuales provocan libertad de expresión, grandes incógnitas y numerosas dudas, acerca de cómo se vislumbra el futuro y como explorar e innovar otras área que proporcionen herramientas para enfrentarse a otros tipos de profesiones, que aún no están en práctica segura en la gestión pública.

Las futuras profesiones a igual que las organizaciones del gobierno deberán dirigir su atención al trabajo digital a conocer, entender y producir, mecanismos para su aplicación y su uso del internet y las redes sociales tales como, “Facebook, Twitter, Skype, LinkedIn, Instagram, Ereader, Wikipedia, WhatsApp, Blogs, Tablet, Line, Foursquare, Telegrama” entre otra redes de interacción en el desarrollo de las funciones del Estado.

Los trabajos a distancias, la aplicación de la inteligencia artificial, la robótica y la cibernética, formarán parte de los nuevos principios académicos, técnicos y laborales, adoptados a la “Tecnología Digital”, así como la “Neurogerencia Digital” y “Nuevas Profesiones”, que permitirán digitalizar el proceso de calidad, productividad, eficiencia y eficacia en el desarrollo de las Instituciones Públicas. (Ver figura 2).

Figura 2.  
Proceso de gestión de innovación tecnológica - Informática y Redes Sociales



Fuente: Molero (2021)



### **Gestión de innovación. Marketing Digital.**

La gestión de innovación en el mundo del marketing digital y mercadeo, es considerado un aspecto nuevo e innovador en el ámbito de las instituciones públicas, en este sentido el comportamiento y compromiso del empleado público profesional, será considerado como la pieza clave para desarrollar estas tarea, concretamente en la aplicación del mercadeo y los estudios relacionados con las herramientas del marketing digital.

Así mismo, se vislumbra la necesidad de tener profesionales comprometidos con la gestión pública y con la institución, que analicen el mercado y el espacio donde se encuentre, los estudio de instituciones y organizaciones competitivas, estos serán denominados “Analista de Mercadeo, el entorno y la competencia“, Uribe y Sabogal (2020, p,5).

Por otro lado aparecen los profesionales o diseñadores para crear Imagen a empresa, que contribuyan a fortalecer los valores, la misión y la visión en las Instituciones Públicas. Aparecerán también los programadores web que serán los constructores de web, sitios de ecommerce, profesionales y técnicos responsables de lanzamiento de la marca en la empresa un experto en marketing para lanzar la marca un SEO, especialista o profesional para definir las estrategias de mercado, que proporcione las herramientas para el posicionamiento y optimización de los procesos.

Otro aspecto está relacionado por el conjunto de acciones orientadas a mejorar el posicionamiento de un sitio web en la lista de resultados de Google, Bing, u otros buscadores de internet, que permitan posicionarse en la Web. Así mismo se proyectan los profesionales o expertos en SEM, (inglés Search Engine Marketing), como capacitadores que promuevan el contenido digital para aumentar los rendimientos y el espacio del mercadeo en las organizaciones. Hubspot (2018).

Para Uribe y Sabogal (2020, p,7), muestras que las instituciones y en general las empresas presentan diferentes desafíos en el Marketing digital y muchas personas creen que por tener una página web es suficiente, pero es fundamental contar con una estrategia que complemente a nuestra página web y mejore nuestra presencia en internet como redes sociales, e-mail, marketing, blog, web SEO, SEM, entre otros para tener visibilidad e innovación en los proceso de gestión de las Instituciones Públicas.

Por otro lado el rol que el e-mail y el marketing digital desarrollan, representa una estrategia más efectiva y con mejor retorno de la inversión, en este sentido Selma (2017), manifiesta “que para los negocios e instituciones, lo más recomendable es

que realices una estrategia de e-mail marketing ya que gracias a ella conseguirás fidelizar, generar engagement y aumentar las ventas”

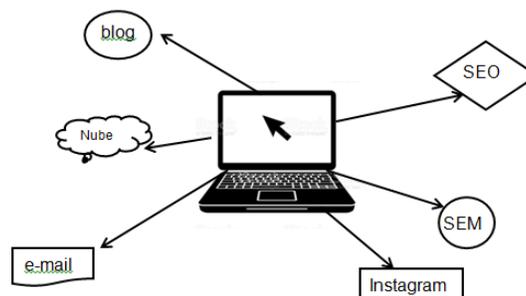
En este sentido cabe destacar que el termino fidelizar o fidelización se refiere al procedimiento mediante el cual los clientes desarrollan una relación positiva entre los consumidores y la empresa, con el objetivo de garantizar que regresen a comprar tus productos o servicios nuevamente. Selman (2017).

El término engagement se utiliza en marketing online para denominar el grado de implicación emocional que tienen los seguidores de una empresa o institución con todos sus canales de comunicación, como puede ser la página web o redes sociales. La palabra engagement proviene del inglés y su traducción literal es compromiso.

En tal opinión es de tener claro que lo realmente importante no es la cantidad de usuarios si no la calidad. Tener un gran número de usuario no nos serviría para nada si no forma parte de nuestro público objetivo ya que no generaremos conversiones y por lo tanto no crearemos conexiones con ellos y no aportaran nuevas ideas ni ningún tipo de innovación a la institución pública.

Es importante tener presente nuestro compromiso con los ciudadanos y con las instituciones que representamos y el conocimiento del Marketing digital. Hay muchas instituciones públicas que no creen su aplicación por tratarse de funciones públicas tradicionales o por estar en cierto sector no necesitan realizar marketing digital para innovar. Hoy en día todos pueden implementar estrategias de Marketing digital como herramienta moderna, eficiente y eficaz recomendable. (Ver figura 3).

Figura 3  
Gestión de innovación. Marketing Digital.  
Fidelizar y Engagement.



Fuente: Molero (2021).



## **Gestión de innovación, productos y servicios.**

La gestión de innovación como un producto o servicio representa un enfoque sistémico para las instituciones públicas, cuenta con una serie de planteamientos inspirado en los distintos procesos de desarrollo que como utilidad pública deben enfrentar para brindar una gestión eficiente y de calidad. De acuerdo a la voluntad política y a la participación ciudadana se ofrece un servicio en el cumplimiento de políticas públicas, las nuevas formas de replantear los objetivos organizacionales, y la democratización holística, como objetivo de concepción integral global de una gestión innovadora del producto y servicio para la colectividad.

El proceso de innovación en la gestión pública consiste en la transformación de una idea en un producto o servicio novedoso en el mercado, o por el que se incorpora un novedoso proceso de fabricación o nuevos métodos de organización o de comercialización en la empresa (capacidad de innovación de la empresa).

En este sentido, primero se debe de vincular las característica de la región para que esta puedan articularse con la cadena de innovación de un determinado sector institucional, segundo deberá estar asociado a como estas instituciones se posicionan en el contexto de las regiones, aprovechando oportunidades para el bien de sus ciudadanos, tercero tiene que ver con las capacidades y los recursos para lograr estos posicionamientos, de acuerdo con las condiciones políticas, regulaciones administrativas, escasez de recursos e ineficiencias tecnológica y la poca creatividad para lograr procedimientos innovadores para el desarrollo. Scheel, C. (2012).

Cabe destacar, según el autor mencionado anteriormente, que la importancia atribuida a la innovación en los productos y servicios, los cuales están asociada a la capacidad que tienen las instituciones públicas, de ver los sistemas más grandes, colaborativos con una capacidad para visualizar los futuros deseados; desarrollando una interacción de redes de individuos, de redes social y ecosistema institucionales con metas comunes de ganar-ganar para todos.

Otro aspecto está relacionado con la gobernabilidad del Estado y los diferentes sistemas políticos regionales de gestión, para producir bienes y servicios como parte de un proceso que requiere la participación de varios actores, que articulen con las diferentes actividades socio económica del País, con el objeto de “gestionar la tecnología, la innovación y el conocimiento, gestionar la localización optima de los mejores recursos, la Investigación, la generación de nuevas ideas y conceptos, todo ellos con la colaboración y la corresponsabilidad de las

sociedades organizadas, con la participación ciudadana y los entes gubernamentales.

A tal efecto, para lograr los planes y proyectos promovido sobre la base de los productos y servicios, en busca de un cambio sustancial, se requiere de una interconexión, con una creatividad absoluta e innovadora, con principios éticos y morales, adaptándose a las circunstancias del medio ambiente estudiado, aprovechándose todas las oportunidades para encontrar el cambio en el emprendimiento innovador encontrado. (Ver figura 4).

Figura 4  
Gestión de innovación. Productos y servicios



Fuente: Molero (2021)

## METODOLOGÍA

Este artículo se llevó a cabo mediante un estudio exploratorio explicativo, por cuanto buscaba determinar qué herramientas emplean para el proceso de gestión de innovación en las Instituciones públicas del País. Se enfoca en desarrollar actividad de innovación específica para identificar las condiciones actuales de información en este determinado momento.

Al ser el objetivo principal identificar el proceso de gestión de innovación en las instituciones pública, centrado en criterios y acción donde sus ciudadanos se sientan comprometidos con los distintos procesos de gestión pública, participativa



y comunitaria, se fundamenta en la hipótesis de que probablemente sus procesos de innovación se realizan de manera informal o intuitiva, es decir, no existe una estrategia planificada o intencionada de hacer ciencia de sí mismas con las herramientas y alternativas que tienen a disposición las instituciones públicas.

En este mismo orden de idea desarrollar mecanismos de gestión que permitan producir transformaciones y cambios innovadores en el entorno de sus ciudadanos, en el espacio geopolítico, económico y social donde se desenvuelvan, generando un nuevo desarrollo armónico, equilibrado e innovador de utilidad pública institucional en el territorio.

El criterio de clasificación fueron las categorías temáticas asociadas a las variables que interviene en el proceso de innovación. En primer lugar, se estableció el criterio de las funciones públicas que prestan las instituciones. En segundo lugar, se determinaron los canales de difusión de las entidades de gobiernos municipales, estatales o nacional y si están realizando gestión comunitaria o política. Se determinó igualmente la existencia de contexto geopolítico y se identificaron sus medios sociales de interacción.

El análisis de contenido llevó también a estudiar los distintos servicios públicos que intervienen en el proceso de gestión pública, además se determinó quién o quiénes son los usuarios del servicio y quienes son los prestatarios para las mejores, acciones o estrategias cooperativas y la utilización de medios sociales para complementar el servicio o atender requerimientos de sus ciudadanos y ciudadanas potenciales, además, con el fin de hacer un contraste con lo hallado en el análisis de contenido, se realizaron revisiones bibliográficas y de contenido.

## **REFLEXIONES FINALES**

El proceso de gestión de innovación tecnológica, representa un conjunto de acciones, habilidades y técnicas que junto con la creatividad, conocimiento y tecnología, es posible producir un recurso nuevo innovador y transformador en las instituciones públicas.

Por otra parte, el papel de las redes sociales que se ejerce en una empresa coherente colaborativa, culturalmente inteligente, deberá centrarse en la confiabilidad de la participación activa de sus miembros, colaborador, con habilidades y destreza que realmente se enfrente a los retos presente. Así mismo, con el compromiso adquirido para empoderarse en la defensa de la misión y visión de la empresa, diseñando estrategias que influyan auténticamente en los reiterados intentos positivos en el logro de sus funciones.



Las tecnología y el impacto de las redes sociales, la evolución en el campo digital del Internet, los procesos de adaptación y capacitación instalada en las instituciones públicas, para enfrentarse a los nuevos desafíos y formas de trabajo con estrategias competitivas y corporativa, permitirán interactuar bajo los estándar tecnológico digital de los nuevos tiempos.

En consecuencia no es necesario contar con un perfil de gestión política determinado, se debe de analizar el valor del bien institucional público y hacer un estudio con una visión estratégica cooperativa y competitiva, para saber cuáles son las nuevas tecnologías, las redes sociales y los productos y servicios, más eficientes para llegar a él y presentar un nuevo proceso de innovación en las instituciones públicas.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Aponte, G. (2015). El proceso de gestión de innovación tecnológica: Sus Etapas e indicadores relacionados. *Revista Venezolana de Análisis de Coyuntura*, Vol. XXI, No. 1 (ene-jun), pp. 59-90. Universidad Central de Venezuela. Caracas Venezuela.

Criado, I. (2017). Laboratorios de innovación para cambiar la Gestión Pública, análisis del caso novagob.lab, *Revista de Gestiona Publica*. Vol. VI. Numero I ISSN 0719.1820. Universidad Autónoma de Madrid, España

Chapt, M. (2015). El Líder innovador, su papel en las redes de innovación colaborativas y en las organizaciones culturalmente inteligentes. *El Camino a la Organización Coherente*. Revista Forbes, Editorial Estados Unidos.

Hubspot. (2018). Estado del Inbound en Latinoamérica. <http://www.stateofinbound.com/américa-latina-es>.

López, J. Falconí, L. López, J. y Pomaquero, J. (2018). *Gestión de la innovación en las organizaciones*, *Revista Contribuciones a la Economía* (julio-septiembre 2018). ESPOCH, Ecuador. [lopezsalazarjl@yahoo.com](mailto:lopezsalazarjl@yahoo.com)

Selman, H. (2017). *Marketing Digital*. Books Library Online.



Scheel M, C. (2012) El enfoque sistémico de la innovación: ventaja competitiva de las regiones, Tecnológico de Monterrey, EGADE Business School, México. cscheel@itesm.mx

Uribe, C y Sabogal, D. (2020). Marketing digital en micro y pequeñas empresas de publicidad de Bogotá. Revista Universidad & Empresa, 23(40), 1-22. Bogotá Colombia.

Zerillo, K. (2016). La Innovación en la Gestión Pública. Caracas Venezuela