

GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO COMO BASES PARA LA GERENCIA DE CENTROS DE INVESTIGACIÓN EN UNIVERSIDADES PÚBLICAS¹

KNOWLEDGE MANAGEMENT AS A BASIS FOR MANAGERMENTS OF RESEARCH CENTERS IN PUBLIC UNIVERSITIES

Hobber José Berrío Caballero²
Franklin Alejandro Angulo Rangel³
Ivonne Gil Osorio⁴

FORMA DE CITACIÓN

Berrío, H. J., Ángulo, F. A., y Gil, I. (2013). Gestión del conocimiento como bases para la gerencia de centros de investigación en universidades públicas. *Revista Dimensión Empresarial*, vol. 11, Núm. 1, pp. 116-125.

RESUMEN

El presente artículo busca reflexionar sobre el discurso de la gestión del conocimiento y su aplicación en las bases para la gerencia de centros de investigación en universidades públicas, abordando el estudio desde la perspectiva interpretativa, bajo enfoques post positivista con el uso del método hermenéutico en contexto teórico, documental, tomando la revisión bibliográfica de trabajos de investigación de Jiménez (2007), Santillán, M. (2010), Canals, A (2009), Valente y Soto (2005), entre otros. Al respecto, la gerencia de centros de investigación y de universidades cobra gran importancia en la medida cómo se desenvuelve el conocimiento en esas Instituciones, igual en la capacidad de producir nuevo conocimiento y de generar innovación. A este tenor, las consideraciones finales de la investigación apuntaron a identificar fortalezas y debilidades de gestión del conocimiento en centros de investigación y de universidades latino americanas, también conocer la capacidad para generar ambientes favorables en la creación de nuevos conocimientos como el desarrollo de habilidades para el logro de los objetivos institucionales.

Palabras clave: universidad, gerencia, conocimiento, innovación.

ABSTRACT

This article seeks to reflect on the discourse of knowledge management and its application in the management foundation for research in public universities, the study addressed the interpretative perspective on post positivist approaches using the theoretical context hermeneutical method , documentary, taking the literature review of research Jimenez (2007), Santillan, M. (2010), Canals, A (2009). Valente and Soto (2005), among others. In this regard, the management of research centers and universities becomes very important as how knowledge moves in those institutions, as in the ability to produce new knowledge and generate innovation. In this vein, the final considerations of the research aimed to identify both strengths and weaknesses of knowledge management research in

¹ Artículo de reflexión. Recibido febrero 20 de 2013. Aceptado Mayo 10 de 2013.

² Ingeniero industrial, magister en Gerencia de Proyectos de I + D, especialista en finanzas, doctorante en Ciencias gerenciales, docente e investigador de la universidad de La Guajira, Rioacha, Colombia. hberrio@uniguajira.edu.co

³ Contador Público, magister en Gerencia Financiera, especialista en sistemas de calidad y auditoría en los servicios de salud, doctorante en Ciencias gerenciales, docente universidad de La Guajira e investigador activo. franklinangulorangel@uniguajira.edu.co

⁴ Economista, Magister Scientiarum en Gerencia Empresarial, docente catedrática de la Universidad de La Guajira, doctorante en Ciencias Gerenciales; investigadora activa. igil@uniguajira.edu.co

Latin American Universities and also know the capacity to generate favorable environments in the creation of new knowledge, and the development skills to achieve organizational objectives.

Keywords: university, management, knowledge management, epistemology, innovation.

INTRODUCCIÓN

Desde un análisis científico la importancia de la gestión del conocimiento para el logro de objetivos empresariales, más el papel de los directivos en este proceso, es válido decir que para crear y mantener una ventaja competitiva se deba aplicar el conocimiento especializado, apoyado de las habilidades de los directivos y encargados de tal actividad en la organización.

En el afán de dar respuesta a planteamientos elevados sobre la gestión del conocimiento y su importancia en las organizaciones, hay que reconocer que se vienen presentando momentos difíciles en el devenir en que se desenvuelven las empresas; la marcada incertidumbre o las acciones que cambian la forma de competir en un mundo más globalizado, donde generar valor es una de las principales preocupaciones de sus gerentes y directivos, produce en el mayor de los casos no conocer la verdadera naturaleza de las empresas ni la forma como estas generan conocimiento.

En ese orden, entra a prevalecer que los laboriosos del conocimiento se categoricen como el activo más valioso de las organizaciones en el siglo XXI, independiente del tipo de empresa en la que se desempeñen; bien ahora, el énfasis ya no está puesto en la condición física sino en las capacidades mentales calificadas, lo que puede reflejar un cambio en el alcance de los objetivos organizacionales. Acorde a las exigencias expuestas, se requiere, de conocimientos que justifiquen el saber junto a la aplicación de los mismos "saber hacer", siendo necesario desarrollar competencias basadas en conocimientos.

Es significativo, el interés de conocer como desde las universidades y centros de investigación se genera valor al conocimiento, su gestión es una forma de responder a problemáticas del entorno apoyado en la contribución de personas e instituciones y la responsabilidad de los equipos de trabajo; éstas consideraciones presuponen que no debe contemplarse la gestión del conocimiento como un simple proceso más en la Institución, sino que necesita impulsar íntegramente las ventajas que proporciona la integración de la gestión del conocimiento en la estrategia organizacional.

A través del presente estudio, se pretende realizar una reflexión sobre el abordaje de la gestión del conocimiento

y su aplicación en las bases para la gerencia de centros de investigación en universidades públicas, siendo este tipo de instituciones un actor idóneo, llamado a entender las necesidades y oportunidades del conocimiento; construir conocimientos relevantes; organizar, distribuir o difundirlo y crear condiciones para su aplicación.

DIMENSIÓN DEL CONOCIMIENTO: ATRIBUTOS QUE SOPORTAN LA PRODUCCIÓN DE CONOCIMIENTO

Dar respuestas a cómo conocemos las cosas, qué sabemos, por qué sabemos, si lo que sabemos es verdadero y cuáles son los límites de ese conocimiento, permite sea analizado la naturaleza de los juicios, que en progreso por la génesis científica del conocimiento humano y del modo en que el individuo actúa para desarrollar sus estructuras de pensamiento, es abordar desde la filosofía y el conocimiento a través de dichas respuestas el concepto de epistemología. Bueno (2003), expone la epistemología como la naturaleza del conocimiento y no del cómo obtener el conocimiento. En ese sentido, generar nuevo conocimiento es un estilo de conducta, un modelo de actuar donde todos son productores de conocimiento.

Así mismo, para explicar la innovación se necesitó una teoría de la creación de conocimiento organizacional. La cual, se produce en dos dimensiones: epistemológica y ontológica, la clave de la creación de conocimiento es la movilización, conversión e interacción entre el conocimiento tácito y el explícito en los niveles individual, grupal, organizacional e inter-organizacional. Pero dicho enfoque no deja de ser un planteamiento lógico, derivado de la propia evolución semántica del conocimiento que hoy es llamado Explícito y tácito, y antes definido como a priori y a posteriori o, inclusive, teórico o científico y práctico o creativo (productivo).

En relación al acervo cognitivo-semántico de la dimensión epistemológica del conocimiento, los orígenes de dicha dimensión, han evolucionado a lo largo del tiempo a partir del pensamiento de destacados filósofos, de muy diferentes épocas, caso de Aristóteles, Kant y Polanyi.

En el orden planteado por Nonaka y Takeuchi (2000), el conocimiento explícito, es formal y sistemático, por tal razón debe ser fácilmente comunicado y compartido en forma de bienes o servicios; pero el punto de partida para los autores