

**POLITÉCNICO SANTAFÉ DE BOGOTÁ**  
**VICERRECTORÍA ACADÉMICA**  
**COORDINACIÓN DE INVESTIGACIONES APLICADAS**

**Línea: Gestión empresarial y desarrollo de las organizaciones**

La línea de investigación en gestión empresarial, tiene como propósito incentivar la investigación aplicada en la identificación de problemas existentes en el proceso administrativo de las organizaciones que les impidan conseguir resultados exitosos y alcanzar las metas trazadas a corto, mediano y largo plazo. Diseñar estrategias de control que ayuden al conocimiento de la visión de todo lo que en la empresa ocurre y detectar cualquier desperfecto en un área o en todas, acción conducente a la evaluación de causas que no permiten el buen desempeño de los colaboradores y por ende de la empresa.

De igual forma la línea de investigación propende por el apoyo a iniciativas de investigación conducentes a la identificación de problemas relacionados con la responsabilidad social empresarial que impidan la utilización de esta como estrategia para el incremento de la competitividad empresarial y en los procesos de formación tecnológica y profesional.

Por otra parte, la humanidad vive un proceso de transformación, donde la tecnología de la comunicación hace posible el nacimiento de la aldea global, la producción y el comercio se globalizan y, se da paso a la era del conocimiento en la cual, la educación se encuentran en la infraestructura del modo de producción. En ese replanteamiento, la innovación y la investigación se levantan como la piedra angular de una nueva universidad. La universidad que no investiga y que no innova pierde su razón de ser en esta sociedad contemporánea.

La gestión de la comunicación institucional y la gestión del conocimiento, resultan dos áreas, que han marcado de manera paralela un vertiginoso desarrollo práctico y conceptual en las dos últimas décadas, en el entorno de progreso y estudio de las organizaciones sociales.

Por otra parte los procesos de formación deben considerar la responsabilidad social, como la forma de posible conseguir mejorar el entorno donde se radica y opera, satisfaciendo las necesidades y expectativas de los grupos de interés y en definir responsabilidad social, grupos de interés, modelos formativos de innovación, responder ante las sociedades que fomentan y financian a las propias instituciones de formación superior.

## **2.1. Objetivos de la Línea**

### **2.1.1. Objetivo General**

Estimular la investigación, en docentes y estudiantes, con enfoque hacia la gestión empresarial y al desarrollo de las organizaciones, tendientes al incremento de la competitividad a nivel local, nacional e internación, a través del conocimiento, coherente con las exigencias de los mercados globalizados y los procesos de formación por competencias.

#### **2.1.1.1. Objetivos específicos.**

Estimular la formulación de proyectos de investigación aplicada, al desarrollo socioeconómico local, nacional e internacional

Desarrollar proyectos de investigación que favorezcan la innovación tecnológica y la competitividad empresarial.

Apoyar proyectos de investigación en innovación organizacional acordes a las tendencias internacionales de los mercados.

Apoyar proyectos de innovación tecnológica que favorezcan la competitividad empresarial a nivel local, nacional e internacional.

## **2.2. Justificación**

Algunas de las específicas acciones de la gestión del conocimiento en las organizaciones, corresponden a las competencias para la gestión de la información y documentación, las competencias para la comunicación, las competencias para la innovación y el cambio, las competencias en diseñar herramientas digitales y las competencias para el

aprendizaje organizacional, se relacionan con las personas que se han apropiado y pueden transferir a su entorno métodos, técnicas y tecnologías que aportan a una mejor relación con los clientes internos y externos desde el orden local, regional y nacional.

La evolución y la rapidez económica en la era del conocimiento están marcadas por la generación y sostenimiento de los activos de comprensión para la supervivencia, la producción y el éxito de una organización. El entorno ha consolidado un escenario competitivo, en el que las empresas se deben dedicar a la renovación continua de sus ventajas competitivas a través de permanentes innovaciones y el desarrollo de nuevos conocimientos y capacidades.

La gestión del conocimiento, puede considerarse como un proceso de aprovechamiento de los conocimientos para lograr la innovación en procesos y productos o servicios, para una positiva toma de decisiones y también para la acomodación de la organización al mercado.

Autores como Arthur y Huntley (2005), Collins y Smith (2006), Lin (2007) y Mesmer-Magnus y DeChurch (2009), plantean que la combinación e intercambio de conocimientos en una organización, se relaciona directamente con: la disminución de costos, la creatividad e innovación de productos, el mejoramiento organizacional, el aumento de su rendimiento y de los ingresos por ventas.

La cultura organizacional se puede definir en el marco de las creencias colectivas, valores compartidos, valores culturales y la motivación entre otros. Es considerada como un factor crítico en el fomento e intercambio de conocimientos, reconociendo que las habilidades y la adquisición de conocimientos son compatibles por la interacción y el estímulo de miembros de la organización y el apoyo, colaboración, coordinación, y confianza para facilitar su intercambio Shao et al. (2012).

## REFERENCIAS

- Bisquerra-Alzina, R. (2006). Orientación psicopedagógica y educación emocional.
- Duarte Gáelas, J. R. (2017). La investigación y la innovación en educación superior para el desarrollo humano sostenible.
- Gómez, G. R., Flores, J. G., & Jiménez, E. G. (1996). Metodología de la investigación cualitativa.
- Cuiza Choque, T. (2016). Estrategias organizaciones de la información en clase para promover la comprensión y el autoaprendizaje.
- Mejía, J. (2002). Perspectiva de la investigación social de segundo orden. *Cinta de Moebio. Revista de Epistemología de Ciencias Sociales*, (14).
- Morales, L. E. I. (2016). La responsabilidad social como una estrategia para elevar la competitividad empresarial: caso de estudio. *Revista Internacional de Ciencias Sociales*, 5(1), 67-79.
- Lacleta, M. L. S. E., Blanco, Á. F., & Peñalvo, F. J. G. (2014). Buenas prácticas de Innovación Educativa: Artículos seleccionados del II Congreso Internacional sobre Aprendizaje, Innovación y Competitividad, CINAIC 2013. *Revista de Educación a distancia*, (44).
- López, J. M. T. (1999). Políticas universitarias regionales y desarrollo estratégico de aprendizaje flexible ya distancia. *Revista de ciencias de la educación: Órgano del Instituto Calasanz de Ciencias de la Educación*, (180), 431-454.
- Ponjuán, D. T., & Saladrigas, H. (2017). Diálogos interdisciplinarios posibles entre la Gestión de la Comunicación Institucional y la Gestión del Conocimiento. *Revista PRISMA. COM*, (31).
- Proyecto Educativo Institucional, Politécnico Santafé de Bogotá.
- Soler, L. C. T. (2005). Para qué los semilleros de investigación. *Revista Memorias. Universidad Cooperativa de Colombia*, 1-10.

Uyaguary, M., & Del Carmen, M. (2016). El control y su impacto para el desarrollo empresarial.