

**Análisis del Nivel de Reconocimiento en los Productos Resultados de Actividades de
Generación de Nuevo Conocimiento en el Programa de Mercadeo de la Universidad de los
Llanos 2015**

Claudio Andrés Leal Quintero

Fabián Hernando Sorza Seija

Universidad de los Llanos

**Claudio Andrés Leal Quintero y Fabián Hernando Sorza Seija, Facultad de ciencias
económicas, Programa mercadeo, Universidad de los Llanos.**

**La información concerniente a este documento deberá ser enviada a Facultad de ciencias
económicas, Universidad de los Llanos, Calle 37b. E-mail: andreslealq@gmail.com,**

fabiansorza@gmail.com

Autoridades académicas

Jairo Iván Frías Carreño
Rector

Doris Consuelo Pulido de González
Vicerrector Académico

José Milton Puerto Gaitán
Secretario General

Rafael Ospina Infante
Decano Facultad de Ciencias Económicas

Giovanni Enrique Hernández Casallas
Director Escuela de Administración y Negocios

Jorge Edison García Álvarez
Director Programa de Mercadeo

Nota de aceptación

Javier Díaz Castro

Director centro de investigaciones

Facultad Ciencias Económicas

Héctor Ismael Rojas Hernández

Docente Programa de Mercadeo

Facultad Ciencias Económicas

Jorge Edison García Álvarez

Director Programa de Mercadeo

Facultad Ciencias Económicas

Contenido

Introducción	8
Resumen ejecutivo	9
1. Planteamiento del problema	10
1.1 Formulación del problema	10
2. Justificación	12
3. Objetivos	13
3.1 Objetivo general	13
3.2 Objetivos específicos	13
4. Marco referencial	14
4.1 Marco teórico	14
4.2 Estado del arte	19
5. Diseño metodológico	21
5.1 Tipo de investigación	21
5.2 Diseño de investigación	21
5.2.1 Población y muestra.	22
6. Resultado y análisis de resultados	23
7. Conclusiones	29
8. Recomendaciones	30
9. Referencias	31
10. Anexos	34

Lista de tablas

Tabla 1 <i>Tipo de producto resultado de generación de nuevo conocimiento</i>	23
Tabla 2 <i>Valoración según tipo de producto</i>	24
Tabla 3 <i>Entidad difusora del conocimiento</i>	25
Tabla 4 <i>Tipo de producto resultado de generación de nuevo conocimiento vs fecha difusión</i> ...	26
Tabla 5 <i>Tipo de producto resultado de generación de nuevo conocimiento vs Valoración según tipo de producto</i>	27
Tabla 6 <i>Tipo de producto resultado de generación de nuevo conocimiento vs Entidad difusora del conocimiento</i>	28

Lista de figuras

<i>Figura 1.</i> Tipo de productos resultado de generación de nuevo conocimiento.....	23
<i>Figura 2.</i> Valoración según tipo de producto.....	24
<i>Figura 3.</i> Entidad difusora del conocimiento.....	25
<i>Figura 4.</i> Tipo de productos resultado de generación de nuevo conocimiento vs fecha difusión.....	26
<i>Figura 5.</i> Tipo de productos resultado de generación de nuevo conocimientos vs valoración.	27
<i>Figura 6.</i> Tipo de producto resultado de generación de nuevo conocimiento vs Entidad difusora del conocimiento.....	28

Lista de anexos

<i>Anexo A. Perfil docente artículos científicos Wilson Giraldo Pérez.....</i>	<i>34</i>
<i>Anexo B. Perfil docente artículos científicos Martha Lucía Vargas Bacci.....</i>	<i>36</i>
<i>Anexo C. Perfil docente artículos científicos Charles Robin Arosa Cabrera.....</i>	<i>37</i>
<i>Anexo D. Perfil docente artículos científicos María Cristina Otero Gómez.....</i>	<i>38</i>
<i>Anexo E. Perfil docente capítulos de libros Wilson Giraldo Pérez.....</i>	<i>40</i>
<i>Anexo F. Perfil docente capítulos de libros María Cristina Otero Gómez.....</i>	<i>41</i>
<i>Anexo G. Perfil docente capítulos de libros Charles Robin Arosa Cabrera.....</i>	<i>42</i>
<i>Anexo H. Perfil docente capítulos de libros Martha Lucía Vargas Bacci.....</i>	<i>43</i>
<i>Anexo I. Perfil docente libros resultado de investigaciones Charles Robin Arosa Cabrera.....</i>	<i>44</i>
<i>Anexo J. Perfil docente libros resultado de investigaciones Martha Lucía Vargas Bacci.....</i>	<i>45</i>

Introducción

Para las universidades la innovación se representa las ventajas competitivas que se reflejan en un prestigio y reputación frente a otras ante el Ministerio de Educación Nacional, que evalúa a través de un Modelo de Indicadores de la Educación Superior (MIDE).

Para Colciencias, entidad que otorga y apoya los estímulos a instituciones y personas por sus aportes a la ciencia, la tecnología y la innovación, a través de distinciones y reconocimientos, proporciona el modelo de medición de grupos de investigación, desarrollo tecnológico o de innovación y reconocimiento de investigadores del sistema nacional de ciencia tecnología e innovación año 2015, el cual da los criterios de evaluación de “Los productos resultados de actividades de generación de nuevo conocimiento.”

Estos se definen como aquellos aportes significativos al estado del arte de un área del conocimiento, que han sido discutidos y validados para llegar a ser incorporados a la discusión científica, al desarrollo de las actividades de investigación, al desarrollo tecnológico, y que pueden ser fuentes de innovaciones.

Estos se caracterizan por involucrar mecanismos de estandarización que permiten corroborar la existencia de una evaluación que verifique la generación de nuevo conocimiento.

Para este estudio se evaluaron los productos, extrayendo los lineamientos básicos que no requieran valorización de grupos de investigación e investigadores. Como resultado se tomaron los productos de tipo artículo científico, capítulo de libro resultado de investigación y libro resultado de investigación.

Resumen ejecutivo

Este proyecto es una investigación descriptiva que aborda la generación y evaluación del conocimiento de los grupos de estudio en el programa de Mercadeo de la Universidad de los Llanos, donde la generación del conocimiento de esta disciplina es indeterminada.

Se propone evaluar el conocimiento generado por los grupos de estudio por medio de un diagnóstico e identificación del capital intelectual. Por último, se busca describir el modelo de evaluar el conocimiento en el programa de Mercadeo de la Facultad de Ciencias Económicas.

1. Planteamiento del problema

El asegurar el éxito y la subsistencia de personas, organizaciones y las naciones por medio de ventajas competitivas basadas en el conocimiento, se ha convertido en la estrategia a priori por parte de estas. Esto ha desembocado en un paulatino interés en los últimos años por parte de los investigadores, directivos de empresas, instituciones públicas y las organizaciones en general sobre la gestión del conocimiento.

Es un novedoso campo de investigación cuyos inicios se remontan a la década de los 90, siendo pioneros países como Suecia y Estados Unidos, reflejando una gran atención en publicaciones académicas, artículos en revistas especializadas y un creciente número de congresos al respecto.

El acervado interés por estimar el nivel de conocimiento por parte de economías desarrolladas, representa superioridad en la capacidad innovadora y creación de ventajas competitivas.

1.1 Formulación del problema

1.2 Sistematización del problema

¿Cómo saber el estado de los productos resultados de actividades de generación de nuevo conocimiento en el programa de mercadeo de la universidad de los llanos 2015?

¿Cuáles son los productos resultados de actividades de generación de nuevo conocimiento en los grupos de estudio e investigación en el programa de Mercadeo?

¿Cuál es la evaluación de los productos resultados de actividades de generación de nuevo conocimiento en los grupos de estudio e investigación del programa de Mercadeo?

¿Cuál es el estado de los productos resultados de actividades de generación de nuevo conocimiento de los grupos de estudio e investigación en el programa de Mercadeo?

2. Justificación

Según el Ministerio de Educación Nacional, las instituciones de educación superior evalúan la calidad de estas a través de un Modelo de Indicadores de la Educación Superior (MIDE).

Determinar su calidad representa las ventajas competitivas de las instituciones de educación superior, que se reflejan en un prestigio y reputación frente a otras.

Por tanto, es propicio el llevar a cabo investigaciones que permita conocer la generación y evaluar del conocimiento producido por los grupos de estudio e investigación y docentes titulares.

La Universidad de los Llanos fomenta la generación del conocimiento por medio de los grupos de estudio e investigación y docentes vinculados a tiempo completo, de los cuales proceden los productos resultados de actividades de generación de nuevo conocimiento.

En el programa de Mercadeo, donde la generación del conocimiento de esta disciplina es indeterminada, el abordar el análisis de los productos resultados de actividades de generación de nuevo conocimiento de los grupos de estudio y docentes vinculados a tiempo completo, es un paso hacia el esclarecimiento del estado de estos.

3. Objetivos

3.1 Objetivo general

Analizar los productos resultados de actividades de generación de nuevo conocimiento en el programa de mercadeo de la Universidad de los Llanos 2015.

3.2 Objetivos específicos

Identificar los productos resultados de actividades de generación de nuevo conocimiento de los grupos de estudio e investigación.

Determinar el nivel de reconocimiento de los productos resultados de actividades de generación de nuevo conocimiento.

Analizar la evaluación de productos resultados de actividades de generación de nuevo conocimiento en el programa de mercadeo.

4. Marco referencial

4.1 Marco teórico

El interés por parte de los investigadores en torno al conocimiento y su gestión ha venido en aumento, abarcando el ámbito público y privado, y ha sido tema de variados expertos que desde sus diferentes aristas ven una fuente de ventajas competitivas. Desde economistas como Hayeck (1945); Nelson y Winter (1982); pasando por sociólogos como Crozier (1984); pensadores y expertos en los negocios como Drucker (1998) y Nonaka y Takeuchi (1999); filósofos como Polanyi (1958); Teóricos de las TIC como Arrow (1974) y Teece (1986) resaltan la importancia del conocimiento como fuente para alcanzar las ventajas competitivas de las naciones, organizaciones y personas.

Así mismo lo evidencia Berrío, H. J., Ángulo, F. A., y Gil, I. (2013). 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.

En el contexto de las universidades no es distinto, ya que, según Cabrales (2008) en los últimos años, varias universidades en Colombia han accedido a procesos de Registro Calificado y Acreditación para mejorar su calidad y obtener el reconocimiento institucional de manera tal, que lo puedan ofrecer como ventaja competitiva en la carrera por atraer hacia sus programas, una población de estudiantes en continuo crecimiento.

Por lo tanto, Muñoz A., C, Sandía B., E, (2012) para el Sistema de Gestión del Conocimiento CEIDIS. Calidad en la Educación Interactiva a Distancia. En el cual presenta un modelo de gestión de conocimientos, basado en el modelo organizacional, para la Coordinación de Estudios Interactivos a Distancia (CEIDIS) de la Universidad de Los Andes, Mérida, Venezuela, que tiene a su cargo la responsabilidad de dar todo el soporte metodológico y técnico a los procesos de enseñanza y aprendizaje a distancia utilizando las tecnologías de información y comunicación (TICs), también para Campos E., B, (2003) en la Universidad Autónoma de Madrid, la Gestión del Conocimiento en universidades y organismos públicos de investigación, determinando que introduce parte de la hipótesis o de la percepción, más o menos intuitiva, que las organizaciones que componen el Sistema de Ciencia y Tecnología, en este caso las universidades y organismos públicos de investigación de la Comunidad de Madrid, poseen o deben poseer una riqueza de conocimiento o un Capital Intelectual que permita justificar el mayor o menor potencial investigador disponible y que determine el camino a seguir para continuar produciendo científicamente, mediante la puesta en acción, a través de los correspondientes procesos cognitivos, los activos intelectuales o intangibles existentes. En consecuencia, el desafío se centra en cómo identificar, medir y evaluar el conocimiento activos componentes del Capital Intelectual y qué directrices o programas se pueden formular para orientar la dirección y gestión del conocimiento implicado y del citado Capital con el fin de crear nueva «riqueza» o mejorar el valor intelectual actual.

En Colombia existe el Departamento Administrativo de Ciencia, Tecnología e Innovación-Colciencias, el cual tiene entre sus funciones “Otorgar y apoyar los estímulos a instituciones y personas por sus aportes a la ciencia, la tecnología y la innovación, a través de distinciones y reconocimientos.”(Colciencias, 1998)

Esta entidad proporciona el modelo de medición de grupos de investigación, desarrollo tecnológico o de innovación y reconocimiento de investigadores del sistema nacional de ciencia tecnología e innovación año 2015, el cual da los criterios de evaluación.

Colciencias considera que:

Los productos resultados de actividades de generación de nuevo conocimiento aquellos aportes significativos al estado del arte de un área del conocimiento, que han sido discutidos y validados para llegar a ser incorporados a la discusión científica, al desarrollo de las actividades de investigación, al desarrollo tecnológico, y que pueden ser fuentes de innovaciones. Este tipo de productos se caracteriza por involucrar mecanismos de estandarización que permiten corroborar la existencia de una evaluación que verifique la generación de nuevo conocimiento. (Modelo de medición de grupos, 2015).

La información de los productos resultados de actividades de generación de nuevo conocimiento utilizados para este estudio proviene de la plataforma Cvlac de Colciencias, la cual está compuesta por la información proporcionada por los docentes investigadores que hacen parte de la muestra.

Para la evaluación de productos, se extrajeron los lineamientos básicos que no requieran valorización de grupos de investigación e investigadores, como resultado se extraen los productos de tipo artículo científico, capítulo de libro resultado de investigación y libro resultado de investigación.

Los productos resultados de investigación serán categorizados de acuerdo al documento: *Modelo de medición de grupos de investigación, desarrollo tecnológico o de innovación y de reconocimiento de investigadores del sistema nacional de ciencia, tecnología e innovación. (2014)*. Los productos que no cumplan con los requerimientos de categorización, será valorizados

como literatura gris. Según scielo.cl en su revista formación académica 4 edición se refiere a la literatura gris, también llamada no convencional, Semi-publicada, invisible, menor o informal, es cualquier tipo de documento que no se difunde por los canales ordinarios de publicación comercial, y que por tanto plantea problemas de acceso.

Algunas características de la llamada literatura gris son: a) en el caso de documentos impresos son de producción limitada y tienen tiradas de pocos ejemplares; b) no siguen necesariamente normas de las ediciones tradicionales como los libros y las revistas; c) el contenido está dirigido a lectores especializados; y d) no se ajusta a las normas de control bibliográfico (ISBN, ISSN, Índices de Impacto).

Los productos resultados de actividades de generación de nuevo conocimiento se definen en:

Artículos científicos.

Referencia bibliográfica artículo impreso: nombre de la revista, título del artículo, autor(es), año, mes, volumen, número y páginas inicial y final, ISSN.

Referencia bibliográfica artículo electrónico: nombre de la revista, título del artículo, autor(es), año, mes, volumen, número y páginas iniciales, ISSN; url y DOI del artículo

Categoría del artículo: si la revista está indexada por ISI-SCI y SCOPUS Colciencias durante el proceso de medición de los grupos, elegirá el cuartil más alto entre los dos índices (partiendo del principio de la favorabilidad).

Referencia bibliográfica artículo impreso: nombre de la revista, título del artículo, autor(es), año, mes, volumen, número y páginas inicial y final, ISSN.

Referencia bibliográfica artículo electrónico: nombre de la revista, título del artículo, autor(es), año, mes, volumen, número y páginas iniciales, ISSN; url y DOI del artículo

Categorización.

ART_A1: Revista que se encuentra en el cuartil uno (25% superior de ISI [SCI y SSCI] o SCOPUS).

ART_A2: Revista que se encuentra en el cuartil dos (entre el 74,9 % y el 50% inferior de ISI [SCI y SSCI] o SCOPUS)

ART_B: Revista que se encuentra en el cuartil tres (entre el 49,9 % y el 25% inferior de ISI [SCI y SSCI] o SCOPUS

ART_C: Revista que se encuentra en el cuartil cuatro (en el 24,9% inferior de ISI [SCI y SSCI] o SCOPUS) o aparecer indexada en los índices: Index Medicus, Psyc INFO, Arts & Humanities Citation Index (A&HCI).

ART_D: Artículos publicados en revistas que se encuentren en dos o más bases bibliográficas con comité científico de selección definidas en el numeral 2.1.3.1.1 de este Documento.

Categorización.

LIB_A1: Libro resultado de investigación B y que además ha sido citado en revistas categoría A1, A2, B o C o en Libros categoría B.

LIB_A: Libro resultado de investigación B y que además ha sido citado en revistas categoría D.

LIB_B: Libro que ha cumplido con la totalidad de requisitos establecidos en la guía de verificación libros resultado de investigación y capítulos en libros resultado de investigación (ANEXO E. de este Documento) y que han sido verificados por la institución que avale al Grupo de Investigación y al currículo que haya diligenciado los datos del libro en la Plataforma ScienTI.

Capítulos de Libros resultados de investigación.

Título del libro, título del capítulo, ISBN del libro en el que está incluido el Capítulo, fecha de publicación, autor(es), editorial y lugar de publicación y certificación emitida por el representante legal de la entidad que avala al Grupo de Investigación, Desarrollo Tecnológico o de Innovación y el currículo en el que declare que una vez revisados los soportes del libro en el cual se encuentra el capítulo registrado se puede validar como “Capítulo de un libro resultado de Investigación”.

Categorización.

CAP_LIB_A1: Capítulo de un Libro resultado de investigación B y que además ha sido citado en revistas categoría A1, A2, B o C o en Libros categoría B

CAP_LIB_A: Capítulo de un libro resultado de investigación B y que además ha sido citado en revistas categoría D.

Capítulo de un libro que ha cumplido con la totalidad de requisitos establecidos en la guía de verificación libros resultado de investigación y capítulos en libros resultado de investigación (Anexo E. de este Documento) y que han sido verificados por la institución que avale al Grupo de Investigación y al currículo que haya diligenciado los datos del libro en la Plataforma ScienTI-Colombia.

4.2 Estado del arte

A nivel nacional, varias universidades direccionan sus esfuerzos y responsabilidad de investigar y generar conocimiento en los grupos o semilleros de investigación, por lo tanto, Barbosa, P, (2011) en el proyecto La gestión del conocimiento en grupos de investigación de la Universidad Nacional de Colombia. Caso: Instituto de Biotecnología considera que analizar las características de la actividad de gestión del conocimiento en la situación de los grupos de investigación del

Instituto de Biotecnología de la Universidad Nacional de Colombia (IBUN), así como la caracterización y evaluación de los factores organizacionales e interacciones asocian el desempeño de dicha gestión permitiendo identificar los elementos más relevantes de los grupos en relación con procesos de socialización, exteriorización, combinación, e interiorización del conocimiento, los cuales estarían facilitando la transformación y creación de conocimiento tácito y explícito.

Es semejante para Gaviria, M. M., Mejía, A. M., y Henao, D. (2007) que los grupos de investigación incorporan los metadiscursos de la gestión del conocimiento a la investigación, ésta podría mejorar sus procesos y consolidarse para cumplir con los indicadores establecidos por Colciencias dentro de sus estándares de producción y calidad. Por tanto, en los grupos de investigación, en los que se indaga la forma como éstos generan conocimiento, como es utilizado, enriquecido, transformado y transferido, tanto dentro de los mismos grupos como al entorno.

Esta característica les confiere una importancia relevante en la generación de valor, y los inscribe en la lógica de la llamada “economía del conocimiento”, en tanto, sus principales actividades se basan en la producción de recursos intangibles asociados al conocimiento. Los resultados permiten afirmar, entre otras cosas, que existen muchas posibilidades de manejar el conocimiento en los grupos de investigación, pero se carece de las herramientas que trabajen específicamente con el tema de la investigación que no sólo estén enfocadas en los resultados, sino que permitan capitalizar los conocimientos generados en el proceso mismo.

5. Diseño metodológico

Según el Departamento Administrativo de Ciencia Tecnología e Innovación Colciencias, en su documento “modelo de medición de grupos de investigación, desarrollo tecnológico o de innovación y reconocimiento de investigadores del sistema nacional de ciencia tecnología e innovación año 2015” (Colciencias, 2015) determina la tipología de productos resultados de actividades de generación de nuevo conocimiento. Este modelo se aplicara a los productos de docentes titulares que entren en esta tipología.

Se tomarán tanto los productos registrados en el sistema de información de Colciencias ScienTI como productos no registrados

5.1 Tipo de investigación

Esta investigación se establece como un estudio de nivel descriptivo, la investigación descriptiva consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno o grupo, con el fin de establecer su estructura o comportamiento. Una investigación es descriptiva si busca especificar las propiedades importantes y relevantes del objeto de estudio. Se desea describir, en todos sus componentes una realidad, es por ello que se puntualizan los aspectos más destacados en la gestión del conocimiento en el programa de Mercadeo de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de los Llanos.

5.2 Diseño de investigación

El diseño de investigación está determinado por la recolección de datos de un solo momento y en un tiempo único. El propósito de este método es describir variables y analizar su incidencia e

interrelación en un momento dado en la serie de tiempo 2011 -2015, ya que es desde entonces donde se han formado los grupos de estudio y de investigación del programa de Mercadeo.

5.2.1 Población y muestra.

Población de Estudio estará compuesta por Profesores del programa de Mercadeo de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de los Llanos, vinculados a tiempo completo o planta, ya que según Unillanos (2016) Acuerdo superior número 013 del 2014, artículo 19, describe los méritos entre otros necesarios en materia de investigación y producción intelectual para pertenecer al plantel institucional. Además, el según Unillanos (2016) en el acuerdo 002 del consejo superior universitario, en el capítulo IV: Artículo 36, afirma que entre las funciones de profesor titular debe: “Formular, dirigir y coordinar proyectos de investigación y/o proyección social (...) Liderar grupos de trabajo, estudio, investigación y proyección social”. (Acuerdo 002, 2004)

De acuerdo a lo anterior los docentes titulares adscritos al programa de mercadeo componen la muestra con un total de 5.

5.2.2 Procesamiento de la información.

Se procesará la información recolectada con el paquete estadístico SPSS (Statistical Product and Service Solutions) o IBM SPSS en su versión 22.0.

6. Resultado y análisis de resultados

De acuerdo a la información proporcionada por el Cvlac-Colciencias de los resultados de investigación de nuevo conocimiento se elaboraron los siguientes resultados:

Tabla 1

Tipo de producto resultado de generación de nuevo conocimiento

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Artículo Científico	13	68,4	68,4	68,4
	Capítulo de Libro	4	21,1	21,1	89,5
	Libros resultados de investigación	2	10,5	10,5	100,0
	Total	19	100,0	100,0	

Fuente: datos alcanzados en el estudio.

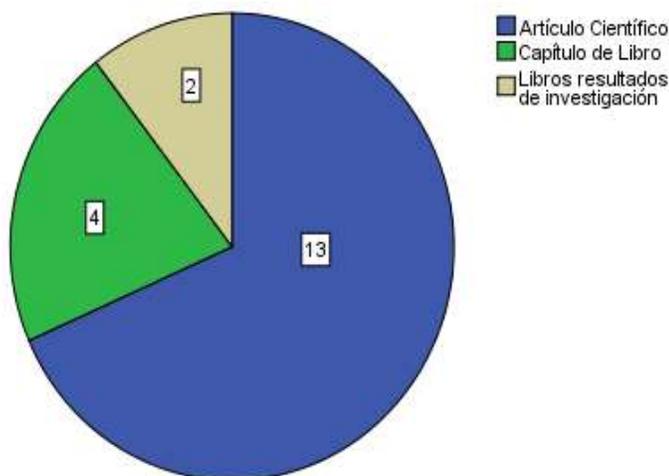


Figura 1. Tipo de productos resultado de generación de nuevo conocimiento. Fuente: datos alcanzados en el estudio.

Se analiza que los productos resultados de generación de nuevo conocimiento son de tipo artículo científico tienen una frecuencia de 13 unidades representando un 68.4%, lo que resulta

ser un producto con mayor facilidad de difusión comparados con el capítulo de libros y libros resultados de investigación.

Tabla 2

Valoración según tipo de producto

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A2	5	26,3	26,3	26,3
	B	3	15,8	15,8	42,1
	C	2	10,5	10,5	52,6
	Literatura gris	9	47,4	47,4	100,0
	Total	19	100,0	100,0	

Fuente: datos alcanzados en el estudio.

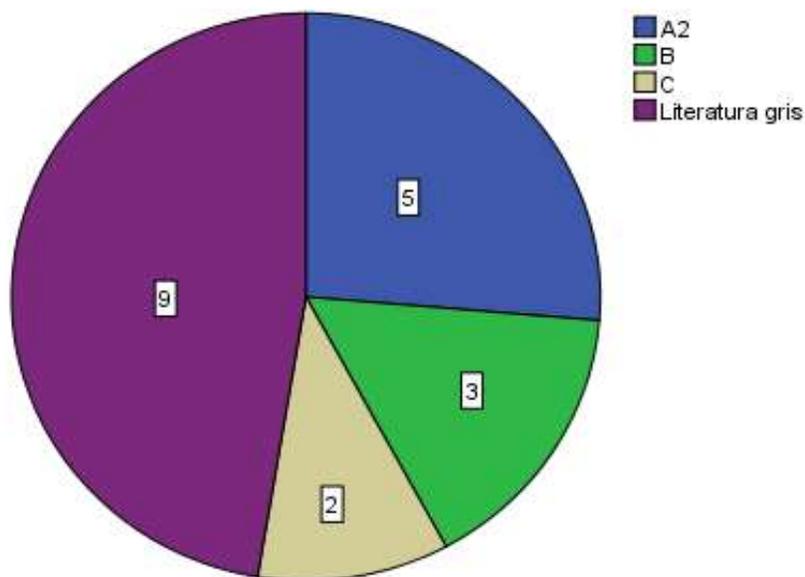


Figura 2. Valoración según tipo de producto. Fuente: datos alcanzados en el estudio.

Los productos categorizados representan una mayoría con relación a los productos de literatura gris. Entre los productos categorizados resalta la categorización A2 la cual significa una alta calidad académica.

Tabla 3

Entidad difusora del conocimiento

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Universidad de los Llanos	7	36,8	36,8	36,8
	Otras Entidades	12	63,2	63,2	100,0
	Total	19	100,0	100,0	

Fuente: datos alcanzados en el estudio.

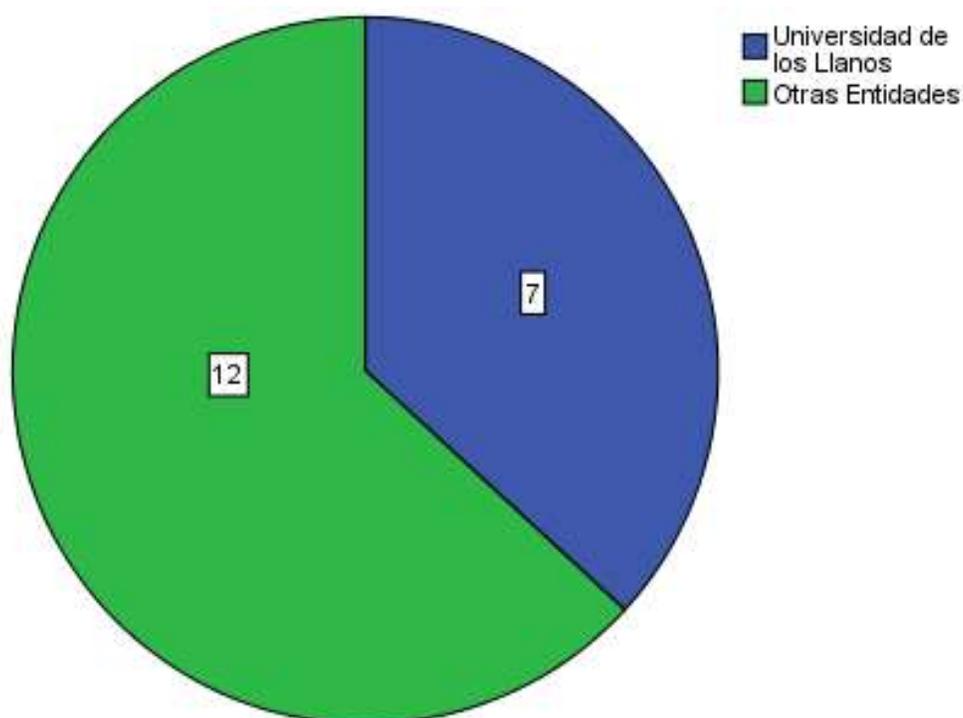


Figura 3. Entidad difusora del conocimiento. Fuente: datos alcanzados en el estudio.

Gran parte de los productos resultados de generación de nuevo conocimiento han encontrado en otras entidades la difusión y prestigio académico que consideran más adecuado para la investigación.

Tabla 4

Tipo de producto resultado de generación de nuevo conocimiento vs fecha difusión

		Fecha							Total
		2007	2009	2010	2012	2013	2014	2015	
Tipo de producto	Artículo Científico	1	1	3	1	0	4	3	13
resultado de	Capítulo de Libro	0	0	0	0	0	0	4	4
generación de	Libros resultados								
nuevo	de investigación	0	0	0	0	2	0	0	2
conocimiento									
Total		1	1	3	1	2	4	7	19

Fuente: datos alcanzados en el estudio.

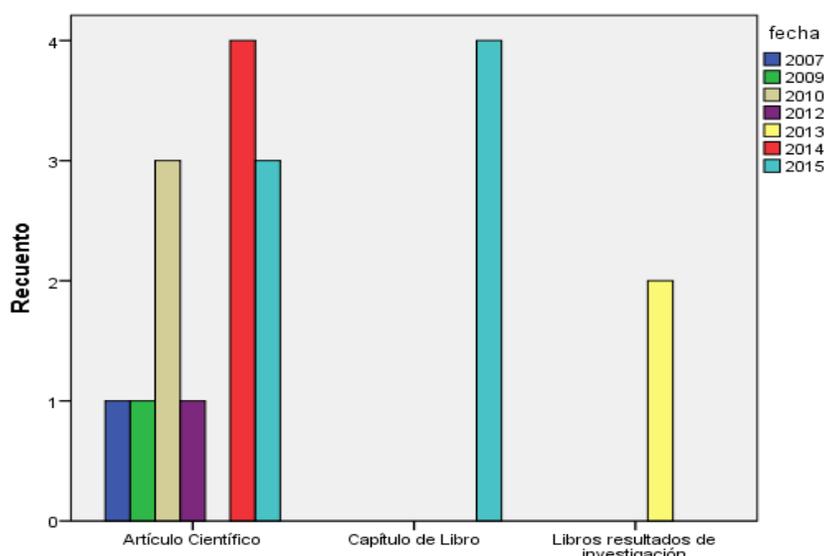


Figura 4. Tipo de productos resultado de generación de nuevo conocimiento vs fecha difusión.

Fuente: datos alcanzados en el estudio.

Consolidar la información de los resultados de la producción científica, es una herramienta para orientar el diseño de políticas de apoyo, fortalecimiento y sostenimiento de los grupos y centros de investigación, en cuanto al estado de los productos analizados la producción de estos está en aumento, al menos en el año 2015 se presenta un crecimiento sin precedentes en el programa de mercadeo.

Tabla 5

Tipo de producto resultado de generación de nuevo conocimiento vs Valoración según tipo de producto

		Valoración según tipo de producto				
		A2	B	C	Literatura gris	Total
Tipo de producto resultado de generación de nuevo conocimiento	Artículo Científico	5	3	2	3	13
	Capítulo de Libro	0	0	0	4	4
	Libros resultados de investigación	0	0	0	2	2
Total		5	3	2	9	19

Fuente: datos alcanzados en el estudio.

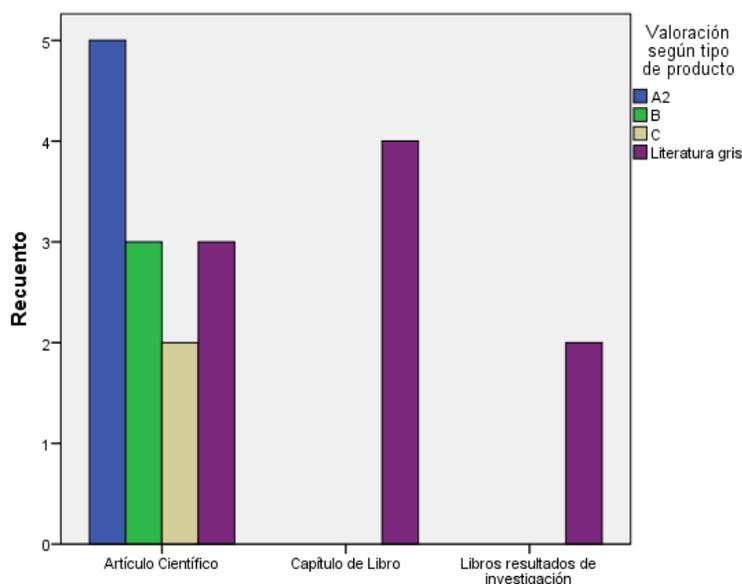


Figura 5. Tipo de productos resultado de generación de nuevo conocimientos vs valoración.

Fuente: datos alcanzados en el estudio.

Gran parte de los artículos han sido categorizados, mientras que los capítulos de libro y libros no cumplen con las condiciones de categorización y se denominan literatura gris. Cabe destacar que los artículos logran una buena categorización siendo A2 en su mayoría.

Tabla 6

Tipo de producto resultado de generación de nuevo conocimiento vs Entidad difusora del conocimiento

		Entidad difusora del conocimiento		Total
		Universidad de los Llanos	Otras Entidades	
Tipo de producto	Artículo Científico	7	6	13
resultado de generación de nuevo conocimiento	Capítulo de Libro	0	4	4
	Libros resultados de investigación	0	2	2
Total		7	12	19

Fuente: datos alcanzados en el estudio.

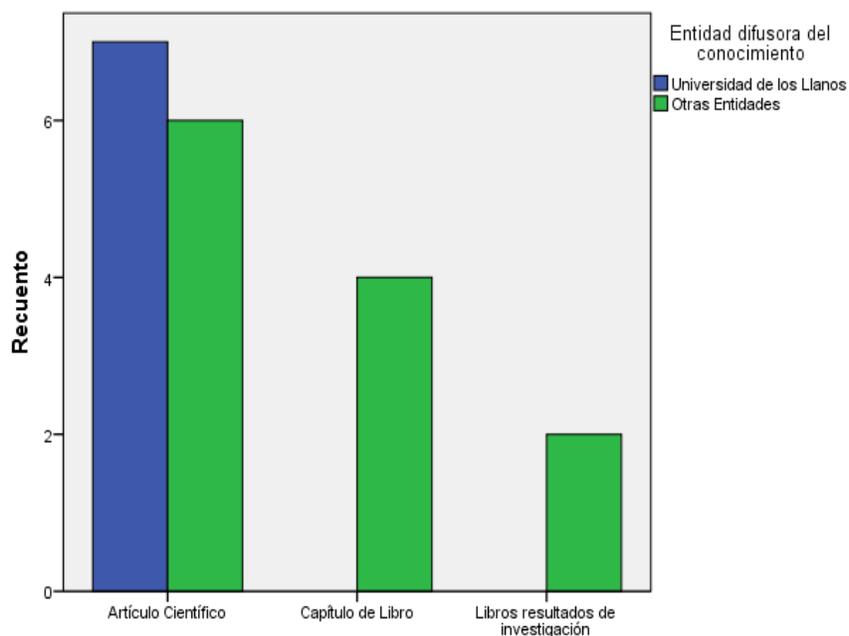


Figura 6. Tipo de producto resultado de generación de nuevo conocimiento vs Entidad difusora del conocimiento. Fuente: datos alcanzados en el estudio.

La mayoría de los artículos han sido difundidos por la entidad Unillanos, mientras que los capítulos de libro y libros resultados de investigación encuentran otras entidades para su difusión.

7. Conclusiones

En la categorización de los artículos se encontró una calidad alta referente a estos, siendo los que resultan con mayor facilidad de difusión debido a los vehículos de propagación (revistas), llevando a cabo esta labor y comparados con el capítulo de libros y libros resultados de investigación, puesto que no requieren requisitos de citación o la coordinación con otros autores.

Consolidar la información de los resultados de la producción científica, es una herramienta para orientar el diseño de políticas de apoyo, fortalecimiento y sostenimiento de los grupos y centros de investigación, en cuanto al estado de los productos analizados la producción de estos está en aumento, al menos en el año 2015 se presenta un crecimiento sin precedentes en el programa de mercadeo.

La recopilación y posterior base de datos de los productos resultados de actividades de generación de nuevo conocimiento de los grupos de estudio e investigación brindan una herramienta versátil, robusta y oportuna que permita generar conocimiento sobre las capacidades, fortalezas, debilidades y potencialidades de los grupos y, que sirve como un instrumento para la gestión interna y evaluación. Gran parte de estos productos presentan características enfocadas a la difusión del conocimiento y su calidad está dada por parámetros que identifican esto y a mayor rigurosidad como el caso de los capítulos de libros y libros resultados de investigación no llegan a cumplirlos, conceptualizándolos como literatura gris.

8. Recomendaciones

Vale la pena recordar que la Plataforma ScienTI – Colombia es un sistema de información de alimentación continua, disponible en cualquier momento para que tanto las instituciones, como los grupos de investigaciones e investigadores, ingresen o ajusten datos e información, Ya que este estudio se basa en la información encontrada en la base de datos Cvlac que es actualizada por los docentes, se recomienda la alimentación de esta. Por consiguiente, es la ventana disponible para visualizar los productos resultados de actividades de generación de nuevo conocimiento de los grupos de estudio e investigación y la ausencia de información en esta dificulta futuros estudios sobre estos.

9. Bibliografía

- Arbonés, A. y Aldázabal. J. (2005). *Propuesta para el cálculo del índice de memoria de inteligencia organizacional (IMIO) basado en el MIK K-FACTS*. Barcelona, España: Sussex University.
- Arrow, K. (1974). *The limits of the organization*. New York: Norton.
- Barbosa, P. (2011). *La gestión del conocimiento en grupos de investigación de la Universidad Nacional de Colombia. Caso: Instituto de Biotecnología*. Recuperado de <http://www.bdigital.unal.edu.co/5354/1/pablocesaraguevarabarbosa.2011.pdf>
- 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. *Dimensión Empresarial*, 11 (1), 116-125.
- Lee M. H. y Lin M.H (junio de 2009). Influence of Run-Walk Training on Health-related Physical Fitness of Elementary School Students: The Case of the Gong Cheng Elementary School in Tainan County. Recuperado de <http://www.hraljournal.c/Page/4%20ChaoChien%20Chen.pdf>
- Campos E., B. (2003). La Gestión del Conocimiento en Universidades y Organismos Públicos de Investigación. Recuperado de https://www.madrimasd.org/informacionidi/biblioteca/publicacion/doc/16_GestionConocimie
- Colombiaaprende.edu.co. (2016).MIDE. Preguntas frecuentes. Recuperado de <http://www.colombiaaprende.edu.co/html/micrositios/1752/w3-propertyname-3214.html>
- Colciencias. Dirección de fomento a la investigación (15 de octubre de 2015). El modelo de medición de grupos de investigación, desarrollo tecnológico o de innovación y reconocimiento de investigadores del sistema nacional de ciencia tecnología e innovación año 2015.

Recuperado de <http://www.urosario.edu.co/Home/Principal/noticias/Documentos/Documento-Conceptual/>

Colciencias. Ley 489 de 1998. Cuáles son las funciones de Colciencias. Recuperado de <http://legadoweb.colciencias.gov.co/faq/cu-les-son-las-funciones-de-colciencias>

Crozier, M. (1984). *No se cambia la sociedad por decreto*. Madrid: Instituto Nacional de Administración Pública.

Cabrales, O. (2008), La competencia por el mercado universitario y sus incidencias en la evaluación de los aprendizajes. *Educación y Desarrollo Social*, 2 (2), 178

Drucker, P. (1998). *La sociedad pos capitalista*. Bogotá: Norma.

Gaviria V, Margarita M.; Mejía C., (2007). Gestión del conocimiento en los grupos de investigación de excelencia de la Universidad de Antioquia. *Interamericana de Bibliotecología*, 30 (2), 137-163.

Hayek, F. A. (1945). "The Use of Knowledge in Society". *American Economic Review*, (35), 519-530.

Muñoz A., C, Sandía B., E, (2012) para la Sistema de Gestión de Conocimiento CEIDIS. Calidad en la Educación Interactiva a Distancia. Recuperado de http://www.saber.ula.ve/bitstream/123456789/33755/1/6_sistemagestion.pdf

Nelson. R. & S. Winter. (1982). *An evolutionary theory of economic change*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

Nonaka, I. y Takeuchi, H. (200). *La organización creadora de conocimiento, Como las compañías japonesas crean la dinámica de la innovación*. México: Oxford.

Literatura Gris. (2011). *Formación universitaria*. 4 (6), 1-2. doi: 10.4067/S0718-50062011000600001

Polanyi, M. (1958). *Personal Knowledge: Towards a Post-Critical Philosophy*, Chicago. University of Chicago Press.

Saunders et al (2003). *Quantitative Methodology: Appropriate use in Research for Teece, D.J. (1986). Profiting from Technological Innovation: Implications for Integration, Collaboration, Licensing and Public Policy, Research Policy*. (15), 285-305

Unillanos. (2016). Acuerdo superior número 013 del 2014. Recuperado de [http://www.unillanos.edu.co/docus/ACUERDO%20SUPERIOR%20No%20013-%20PLANTA%20GLOBAL%20Y%20VINCULACION%20DOCENTE%20\(1\).pdf](http://www.unillanos.edu.co/docus/ACUERDO%20SUPERIOR%20No%20013-%20PLANTA%20GLOBAL%20Y%20VINCULACION%20DOCENTE%20(1).pdf)

Unillanos (2016). Acuerdo 002 Estatuto docente. Recuperado de http://web.unillanos.edu.co/docus/acuerdo_002_2004.pdf

10. Anexos

Anexo A. Perfil docente artículos científicos Wilson Giraldo Pérez

WILSON GIRALDO PEREZ	
TIPO DE PRODUCTO	Artículo
TÍTULO	El consumidor infantil en Villavicencio Colombia
REVISTA	Criterio Libre
ISSN	1900-0642
ED	Universidad Libre Bogotá
UB	v.22 <i>fasc. N/A</i> p.175 - 199 , 2015
La valoración del artículo se debió al reconocimiento de la REVISTAS INDEXADAS - ÍNDICE BIBLIOGRÁFICO NACIONAL - PUBLINDEX 1RA ACTUALIZACIÓN 2014	VALORACIÓN
	B
TIPO DE PRODUCTO	Artículo
TÍTULO	La imagen y la expectativa frente a la realidad de Villavicencio como destino turístico
REVISTA	Orinoquia
ISSN	0121-3709
ED	Universidad de los Llanos
UB	v.18 <i>fasc. N/A</i> p.108 - 118 ,2014
La valoración del artículo se debió al reconocimiento de la REVISTAS INDEXADAS - ÍNDICE BIBLIOGRÁFICO NACIONAL - PUBLINDEX 1RA ACTUALIZACIÓN 2014	VALORACIÓN
	A2
TIPO DE PRODUCTO	Artículo
TÍTULO	Comportamiento del Consumidor Turístico
REVISTA	Criterio Libre
ISSN	1900-0642
ED	Universidad Libre Bogotá
UB	v.20 <i>fasc. N/A</i> p.165 - 183 ,2014
La valoración del artículo se debió al reconocimiento de la REVISTAS INDEXADAS - ÍNDICE BIBLIOGRÁFICO NACIONAL - PUBLINDEX 1RA ACTUALIZACIÓN 2014	VALORACIÓN
	B

Fuente: diseño propio. Resultados de valoración de artículos científicos.

Anexo A. Continuación

TIPO DE PRODUCTO	Artículo
TÍTULO	Diagnóstico del marketing en las Mipymes: Caso Villavicencio - Meta (Colombia)
REVISTA	Orinoquia
ISSN	0121-3709
ED	Universidad de los Llanos
UB	<i>v.14 fasc. N/A p.107 - 113 ,2010</i>
La valoración del artículo se debió al reconocimiento de la REVISTAS INDEXADAS - ÍNDICE BIBLIOGRÁFICO NACIONAL - PUBLINDEX 1RA ACTUALIZACIÓN 2014	VALORACIÓN
	A2

Fuente: diseño propio. Resultados de valoración de artículos científicos.

Anexo B. Perfil docente artículos científicos Martha Lucía Vargas Bacci

MARTHA LUCÍA VARGAS BACCI	
TIPO DE PRODUCTO	Artículo
TÍTULO	Diagnóstico del marketing en las Mipymes : Caso Villavicencio - Meta (Colombia), 2008"
REVISTA	Orinoquia
ISSN	0121-3709
ED	Universidad de los Llanos
UB	v.14 fasc. N/A p.107 - 113 ,2010
La valoración del artículo se debió al reconocimiento de la REVISTAS INDEXADAS - ÍNDICE BIBLIOGRÁFICO NACIONAL - PUBLINDEX 1RA ACTUALIZACIÓN 2014	VALORACIÓN
	A2
TIPO DE PRODUCTO	Artículo
TITULO	Planes de reconversión. Seguimiento y aplicabilidad en el piedemonte Llanero
REVISTA	El Conuco
ISSN	2011-4079
ED	Universidad de Los Llanos
UB	v.3 fasc. N/A p.7 - 10 ,2007
La valoración del artículo se debió al No reconocimiento de la REVISTAS INDEXADAS - ÍNDICE BIBLIOGRÁFICO NACIONAL - PUBLINDEX 1RA ACTUALIZACIÓN 2014	VALORACIÓN
	Literatura gris

Fuente: diseño propio. Resultados de valoración de artículos científicos.

Anexo C. Perfil docente artículos científicos Charles Robin Arosa Cabrera

CHARLES ROBIN AROSA CARRERA	
TIPO DE PRODUCTO	Artículo
TÍTULO	Innovación en el Mercado de las Empresas Agropecuarias en el Departamento del Meta
REVISTA	Ciencias Sociales, Economía Y Pedagogía
ISSN	2248-8197
ED	Universidad de los Llanos
UB	v.2 fasc.2 p.131 - 148 ,2012
El Artículo fue publicado en la revista Economía Y Sociedad la cual no aparece en la base de datos de REVISTAS INDEXADAS - ÍNDICE BIBLIOGRÁFICO NACIONAL - PUBLINDEX 1RA ACTUALIZACIÓN 2014	VALORACIÓN
	Literatura gris
TIPO DE PRODUCTO	Artículo
TÍTULO	Caracterización de las Empresas de Villavicencio
REVISTA	Revista Economía Y Sociedad
ISSN	2011-3404
ED	Universidad de Los Llanos
UB	v.1 fasc.1 p.83 - 91 ,2009
El Artículo fue publicado en Revista Economía Y Sociedad la cual no aparece en la base de datos de REVISTAS INDEXADAS - ÍNDICE BIBLIOGRÁFICO NACIONAL - PUBLINDEX 1RA ACTUALIZACIÓN 2014	VALORACIÓN
	Literatura gris
TIPO DE PRODUCTO	
TÍTULO	Diagnóstico del Marketing en las Mipymes: Caso Villavicencio - Meta (Colombia)"
REVISTA	Orinoquia
ISSN	0121-3709
ED	Unillanos
UB	v.14 fasc. N/A p.107 - 113 ,2010
El Artículo fue publicado en la revista Orinoquia la cual aparece en la base de datos de REVISTAS INDEXADAS - ÍNDICE BIBLIOGRÁFICO NACIONAL - PUBLINDEX 1RA ACTUALIZACIÓN 2014	VALORACIÓN
	A2

Fuente: diseño propio. Resultados de valoración de artículos científicos.

Anexo D. Perfil docente artículos científicos María Cristina Otero Gómez

MARIA CRISTINA OTERO GOMEZ	
TIPO DE PRODUCTO	Artículo
TÍTULO	El mercado en el segmento de las parejas sin hijos en Villavicencio (Colombia)
REVISTA	In Vestigium Ire
ISSN	2011-9836
ED	Universidad Santo Tomas
UB	v.9 fasc. p.23 - 37 ,2015
El Artículo fue publicado en la revista Colombia In Vestigium Ire la cual aparece en la base de datos de REVISTAS INDEXADAS - ÍNDICE BIBLIOGRÁFICO NACIONAL - PUBLINDEX 1RA ACTUALIZACIÓN 2014	VALORACIÓN
	C
TIPO DE PRODUCTO	Artículo
TÍTULO	EL CONSUMIDOR INFANTIL EN VILLAVICENCIO COLOMBIA
REVISTA	Criterio Libre
ISSN	1900-0642
ED	Universidad Libre Bogotá
UB	v.22 fasc. N/A p.165 - 183 ,2015
El Artículo fue publicado en la revista Criterio Libre la cual aparece en la base de datos de REVISTAS INDEXADAS - ÍNDICE BIBLIOGRÁFICO NACIONAL - PUBLINDEX 1RA ACTUALIZACIÓN 2014	VALORACIÓN
	B
TIPO DE PRODUCTO	Artículo
TÍTULO	COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR TURÍSTICO
REVISTA	Criterio Libre
ISSN	1900-0642
ED	Universidad Libre Bogotá
UB	v.12 fasc. N/A p.166 - 183 ,2014
El Artículo fue publicado en la revista Criterio Libre la cual aparece en la base de datos de REVISTAS INDEXADAS - ÍNDICE BIBLIOGRÁFICO NACIONAL - PUBLINDEX 1RA ACTUALIZACIÓN 2014	VALORACIÓN
	C

Fuente: diseño propio. Resultados de valoración de artículos científicos.

Anexo D. Continuación

TIPO DE PRODUCTO	Artículo
TÍTULO	La imagen y la expectativa frente a la realidad de Villavicencio como destino turístico
REVISTA	Orinoquia
ISSN	0121-3709
ED	Unillanos
UB	v.18 fasc.2 p.108 - 118 ,2014
El Artículo fue publicado en la revista Orinoquia la cual aparece en la base de datos de REVISTAS INDEXADAS - ÍNDICE BIBLIOGRÁFICO NACIONAL - PUBLINDEX 1RA ACTUALIZACIÓN 2014	VALORACIÓN
	A2

Fuente: diseño propio. Resultados de valoración de artículos científicos.

Anexo E. Perfil docente capítulos de libros Wilson Giraldo Pérez

WILSON GIRALDO PEREZ	
TIPO DE PRODUCTO	CAPÍTULO DE LIBRO
TÍTULO	"Cultural Tourism in Villavicencio Colombia".
LIBRO	Tourism in Latin America Cases of Success
ISSN	978-3-319-05734-7
ED	Springer Publishing Company
UB	Inc. , v. , p.105 - 125 ,2015
El libro al cual pertenece el capítulo, está citado por la revista de turismo Téoros de Quebec, la cual aparece indexada en la página https://www.erudit.org , aunque carece del cuartil necesario para la valorización.	VALORACIÓN
	Literatura gris

Fuente: diseño propio. Resultados de valoración de capítulos de libros.

Anexo F. Perfil docente capítulos de libros María Cristina Otero Gómez

MARIA CRISTINA OTERO GÓMEZ	
TIPO DE PRODUCTO	CAPÍTULO DE LIBRO
TÍTULO	"Cultural Tourism in Villavicencio Colombia".
LIBRO	Tourism in Latin America Cases of Success
ISBN	978-3-319-05734-7
ED	Springer Publishing Company
UB	Inc. , v. , p.105 - 125 ,2015
El libro al cual pertenece el capítulo, está citado por la revista de turismo Téoros de Quebec, la cual aparece indexada en la página https://www.erudit.org , aunque carece del cuartil necesario para la valorización.	VALORACIÓN
	Literatura gris

Fuente: diseño propio. Resultados de valoración de capítulos de libros.

Anexo G. Perfil docente capítulos de libros Charles Robin Arosa Cabrera

CHARLES ROBIN AROSA CARRERA	
TIPO DE PRODUCTO	CAPÍTULO DE LIBRO
TÍTULO	, "La Empresa Agro industrial en la Amazorinoquia, política y estructura"
REVISTA	Desarrollo Territorial y Cohesión Social en América Latina
ISBN	9788499217093
ED	Ediciones Octaedro
UB	S,L. , v. , p.119 - 130 1 ,2015
El capítulo de libro no ha sido citado, por lo tanto no cuenta con los parámetros respectivos.	VALORACIÓN
	Literatura gris

Fuente: diseño propio. Resultados de valoración de capítulos de libros.

Anexo H. Perfil docente capítulos de libros Martha Lucía Vargas Bacchi

MARTHA LUCÍA VARGAS BACCI	
TIPO DE PRODUCTO	CAPÍTULO DE LIBRO
TÍTULO	, "La Empresa Agro industrial en la Amazorinoquia, política y estructura"
REVISTA	Desarrollo Territorial y Cohesión Social en América Latina
ISBN	9788499217093
ED	Ediciones Octaedro
UB	S,L. , v. , p.119 - 130 1 ,2015
El capítulo de libro no ha sido citado, por lo tanto no cuenta con los parámetros respectivos.	VALORACIÓN
	Literatura gris

Fuente: diseño propio. Resultados de valoración de capítulos de libros.

Anexo I. Perfil docente libros resultado de investigaciones Charles Robin Arosa Cabrera

CHARLES ROBIN AROSA CARRERA	
TIPO DE PRODUCTO	LIBRO
TÍTULO	Medición de la innovación agropecuaria en Colombia
ISBN	978-958-8815-04-6
ED	Universidad de Medellín
PÁGINAS	v. 0 págs. 183
El libro no ha sido citado, por lo tanto no cuenta con los parámetros respectivos.	VALORACIÓN
	Literatura gris

Fuente: diseño propio. Resultados de valoración de libros.

Anexo J. Perfil docente libros resultado de investigaciones Martha Lucía Vargas Bacci

MARTHA LUCÍA VARGAS BACCI	
TIPO DE PRODUCTO	LIBRO
TÍTULO	Medición de la innovación agropecuaria en Colombia
ISBN	978-958-8815-04-6
ED	Universidad de Medellín
PÁGINAS	v. 0 págs. 183
El libro no ha sido citado, por lo tanto no cuenta con los parámetros respectivos.	VALORACIÓN
	Literatura gris

Fuente: diseño propio. Resultados de valoración de libros.