



GConocimiento

Energía para el Desarrollo

Volumen 7; Número 4; abril 2016

ISSN 2219-6927

Nota Editorial

Tema del Mes

Mural Institucional

Página del Experto

La Agenda

Universo GC

Políticas

Estimado colega:

“Comunicación, bella palabra para algunos, aunque no para todos. Si nos ponemos a pensar, la palabra comunicación está presente en todos los ámbitos: en una relación de pareja, en la familia, a la hora de tomar decisiones, en el intercambio de ideas, cuando expresamos inquietudes y siempre son respondidas por un emisor o receptor, es decir, que si no socializamos y expresamos nuestras ideas, sentimientos y emociones, no se verifica la comunicación ni se realiza el sistema de relaciones humanas. Desde épocas remotas, era tal la necesidad del hombre de comunicarse que se crearon símbolos, signos, dibujos para transmitir su sentir.”

Eleonaivys Parsons Lafargue, Especialista principal en comunicación y divulgación de CUBAENERGÍA, comienza con este comentario su debate en la sección del experto, además cita y argumenta que la comunicación va más allá de esto.

De ahí que si se pretende una institución que apunte al éxito, no basta con la espontaneidad, sino que debe existir una estrategia de comunicación organizacional que permita dar confianza, al público interno y externo, de la capacidad para cumplir sus metas y objetivos.

Tal es el caso del Centro para el Control Estatal de Medicamentos, Equipos y Dispositivos Médicos (CECMED), como muestran los apuntes que comparte Liliana Cambas Baños, en el tema del mes.

Le invitamos a visitar todas las secciones del boletín y a comunicarnos sus opiniones.

*Irayda Oviedo Rivero
Especialista de CUBAENERGÍA*

Centro de Gestión de la Información y Desarrollo de la Energía (CUBAENERGÍA)

Calle 20 No 4111 e/ 18A y 47, Playa, La Habana, CUBA. **Teléfono:** 72027527

Coordinación y Realización: Irayda Oviedo Rivero **Edición:** Lourdes Gonzalez Aguiar

Compilación: Belkis Yera López **Composición:** Eleonaivys Parsons Lafargue.

Cualquier sugerencia y comentario escribir a: gconocimiento@cubaenergia.cu **Publicación mensual RNPS 2260**

Puede descargar sus ediciones en <http://www.cubaenergia.cu>

APUNTES PARA EL DISEÑO DE LA ESTRATEGIA PARA LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL EN LA AUTORIDAD REGULADORA NACIONAL

40 Anuario Científico CECMED, Año 13, pp. 40-43 enero-diciembre, 2015

Liliana Cambas Baños, Javier E. Vázquez Romero, Mercedes Alemán Urbino y Aymé Suárez Torra

Centro para el Control Estatal de Medicamentos, Equipos y Dispositivos Médicos (CECMED)
liliana@cecmec.med.cu

INTRODUCCIÓN

Como proceso presente en toda práctica humana, la comunicación constituye uno de los principales pilares de la interacción social, el cual posibilita la formación de agrupaciones sociales de cualquier complejidad.¹

Como es sabido, la comunicación es un proceso de construcción social que se manifiesta y sustenta sus relaciones, en ámbitos muy diferentes, entre los que se destaca el organizacional. Según Trelles, “la comunicación en las organizaciones no solo es condición indispensable para la existencia, la vida material, la supervivencia, sino también para la vida espiritual y su enriquecimiento”.²

En el presente trabajo entendemos por organizaciones “todo tipo de agrupación de personas unidas por un interés común, cuyos fines han de estar definidos con precisión y compartidos de manera colectiva. Pueden diferir en dimensiones y propósitos, tanto como lo demande la naturaleza del objetivo que las une, pueden tratarse de grandes empresas o instituciones, asociaciones gremiales, o grupos más pequeños, fábricas o cualquier tipo de centro, con fines lucrativos o no”.²

Así, tanto el desarrollo de la comunicación como el de las organizaciones, aparecen indisolublemente ligados, ya que la comunicación es imprescindible para el funcionamiento de cualquier organización. A la manifestación de este proceso, en el ámbito institucional, es a lo que llamamos comunicación organizacional.

Toda organización, mediante su forma de actuar, transmite información sobre su identidad, su misión y su manera de conducirse, por lo tanto, la comunicación organizacional no solo se refiere al flujo de mensajes entre sus miembros, sino también a los hechos, el comportamiento de la entidad, la sinergia de los procesos, acciones y funciones de las entidades.

En Cuba, la comunicación organizacional comienza a abordarse en la década de los 80 del siglo xx y, desde los años 90 hasta la actualidad, se ha sistematizado su aplicación y adaptado sus elementos constitutivos a la vida económica, política, cultural y social cubana. Todo lo anterior hizo pertinente la fundamentación de un enfoque teórico-metodológico, con carácter humanista, crítico y transformador de las relaciones y mediaciones comunicativas, que permita acercar más, las prácticas investigativas de esta área a nuestra realidad.³

Definir una política de comunicación, así como una estrategia derivada de aquella, permitirá no solo posicionar al Centro para el Control Estatal de Medicamentos, Equipos y Dispositivos Médicos (CECMED), en el contexto nacional e internacional,

sino que promoverá una adecuada difusión de sus funciones y participación en la búsqueda continua de la calidad, seguridad, eficacia y efectividad en los medicamentos, equipos y dispositivos médicos que se produzcan o comercialicen en Cuba, respondiendo a las directrices del Ministerio de Salud Pública.

Contar con una política de comunicación significa, también, que las personas relacionadas con la organización encontrarán en ella un sustento ético, que repercutirá en la confianza que tengan hacia el centro y los servicios que este brinda, lo que se traduce en valores como: transparencia, participación, respeto, veracidad y colaboración.⁴

El presente trabajo se propone precisar la política de comunicación en el CECMED, así como proponer una estrategia de comunicación organizacional a partir del objeto social, la misión, la visión institucional y un análisis de sus debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades.

DOCUMENTOS Y HERRAMIENTAS EMPLEADOS

Para proponer, tanto una política de comunicación del CECMED como su estrategia de comunicación, se tomaron en consideración, documentos que amparan legalmente la comunicación, a nivel de Estado, como el decreto 281, referente al perfeccionamiento empresarial donde se abordan las competencias en los directivos, y se destacan las competencias comunicacionales como indispensables en los estilos de dirección actuales, además, otros documentos como el decreto-ley 252, relativo a la implementación y consolidación del sistema de dirección y gestión empresarial, el cual trata la comunicación en las empresas como un factor de relevancia; la resolución del Ministerio de Finanzas y Precios; las normas 3000, 3001 y 3002 relacionadas con la comunicación y las competencias adquiridas, así como la norma ISO 9001 de 2008, donde se refieren a la comunicación como un requisito importante en la implementación y certificación de la mencionada norma en la organización.⁵

Se utilizaron herramientas de la investigación cualitativa, como la organización de un grupo (ad hoc) para hacer una tormenta de ideas (brainstorming)⁶. El grupo se creó con trabajadores de la subdirección de Gestión Estratégica del CECMED, con el propósito de identificar las debilidades, fortalezas, amenazas y oportunidades del Centro. Se realizó, además, una caracterización de la institución que estudió las categorías gerenciales, misión y visión, además de examinar los objetivos de la institución, que afloraron como resultado de la tormenta de ideas.

Tras esta última técnica, se evaluaron posibles soluciones a los problemas encontrados y se trazaron los objetivos estratégicos para la comunicación institucional en el CECMED.

RESULTADOS

Las categorías listadas en la tabla están vinculadas con los contextos de actuación externo e interno de la CECMED desde la comunicación. Se identificaron importantes debilidades, susceptibles de ser mejoradas, en un primer intento, atendiendo a las fortalezas y oportunidades que ofrece el Centro, sin obviar las amenazas, que aunque se identificaron en menor cantidad, tienen alto valor práctico que no se puede desconocer.

Caracterización de la organización

Como ya hemos apuntado, el CECMED es la Autoridad Reguladora de Medicamentos, Equipos y Dispositivos Médicos de la República de Cuba; institución encargada de promover y proteger la salud humana mediante un sólido sistema regulador, capaz de garantizar el acceso oportuno al mercado de productos, con calidad, seguridad, eficacia y efectividad. Desarrolla seis funciones básicas, propias de las instituciones homólogas en naciones productoras de vacunas y productos biológicos, y son estas: acceso a los laboratorios, registro de medicamentos, diagnosticadores, equipos y dispositivos médicos, autorización de ensayos clínicos, vigilancia poscomercialización, inspecciones de buenas prácticas y liberación de lotes.

Recuadro. Principales fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas en la comunicación organizacional del CECMED

Fortalezas

La entidad está adscrita al Ministerio de Salud Pública

Dispone de intranet y sitio web

Todos los trabajadores profesionales disponen de una computadora, conexión a Internet y cuenta de correo electrónico

Existe manual de identidad visual

El Centro cuenta con tres publicaciones seriadas

Debilidades

No existe una política de comunicación organizacional

No se percibe la comunicación como un mecanismo de agregación de valor No están determinados algunos accesos a informaciones relevantes Deficiencias en la comunicación descendente

No existe una adecuada disciplina que garantice el respeto de lo establecido para el sistema informativo del Centro.

Oportunidades

Reconocimiento en la región como Autoridad Nacional de Referencia

La Alianza Bolivariana para los pueblos de América (ALBA) ha seleccionado al Centro como Autoridad Reguladora para sus naciones

Prestigio internacional de la salud cubana

Restablecimiento de las relaciones diplomáticas con Estados Unidos

La entidad recibe, frecuentemente, delegaciones de alto nivel

Amenazas

Diferencia entre el grado de desarrollo del entorno y el del Centro

Salida de personal especializado hacia otros sectores de la economía

En comparación con entidades homólogas, existe poca visibilidad de los resultados científicos originados en la organización

Su misión es promover y proteger la salud de la población mediante un sistema de regulación, fiscalización y vigilancia sanitaria eficaz y transparente, que asegure los

medicamentos, equipos, dispositivos médicos, servicios y otros productos para la salud; todos con seguridad, eficacia y calidad.

Asimismo, la visión consiste en consolidarnos como una Autoridad Nacional Reguladora de medicamentos, equipos y dispositivos médicos, reconocidos en el país y por los homólogos internacionales como una entidad que trabaja para el cumplimiento de su misión, con eficiencia y transparencia, por lo que su quehacer cotidiano exige una claridad total en las comunicaciones.

Por ello, alcanzar una efectiva gestión de la comunicación deviene en requisito indispensable para mejorar la capacidad gerencial de la entidad, centrada en brindarle un mejor servicio a la sociedad. En tal sentido, el plan de desarrollo estratégico del CEDMED plantea:

La generación de un pensamiento estratégico debe conducir a conductas proactivas y creativas, que promuevan la adopción de cursos de acción, orientados a la búsqueda de soluciones contextuales efectivas. Tenemos que ubicarnos, en tiempo y espacio real, con plena conciencia de la responsabilidad social que asumimos con el entorno, y contextualizar y orientar el sentido de su modelo de gestión, para que sea capaz de sustentar una práctica transformadora sobre la base de una inserción efectiva en la sociedad.⁷

Propuesta de acciones para la gestión de comunicación

A partir del análisis de las categorías en la tabla, se propone un conjunto de acciones de mejora que deben implementarse a corto plazo, para buscar un mejor desempeño de la comunicación en la organización.

Las acciones son:

- Elaborar y transmitir mensajes que afiancen la imagen del CECMED como la autoridad nacional que contribuye a garantizar la protección de la salud pública, en el país, con la máxima calidad, seguridad y eficacia posibles.
- Identificar los públicos meta, para cada acción de comunicación, y trazar estrategias para cada caso.
- Promover, a través de palabras y acciones, sentimientos de confianza, seguridad y sentido de pertenencia.
- Trazar flujos internos de comunicación que propicien que la información necesaria y oportuna impacte a los públicos pertinentes.
- Elaborar y transmitir mensajes de interés a través de notas informativas, reseñas, resúmenes, artículos, y similares.
- Facilitar la información de bien público, necesaria para el uso de los servicios, sin crear falsas expectativas, evitando rasgos de triunfalismo y aportándole beneficios adicionales.
- Facilitar a los medios de comunicación masiva, la interacción con el Centro y proveer las informaciones necesarias que permitan conocer nuestro funcionamiento y nuestra cultura.
- Mantener actualizado el depósito de publicaciones e imágenes en el sitio web y la Intranet institucional.

- Garantizar la utilización adecuada de los códigos de Identidad de la institución, en cualquiera de los escenarios donde se desenvuelva, respetando lo establecido en el Manual de Identidad Visual.
- Elaborar los planes de comunicación para momentos de crisis, buscando que la imagen corporativa se afecte lo menos posible ante hechos imprevistos que atenten contra la labor del centro o su proyección nacional e internacional.

CONCLUSIONES

El CECMED cuenta con fortalezas que deben ser, responsablemente utilizadas, para instituir una adecuada política y estrategia de comunicación, teniendo en cuenta que la comunicación organizacional nos ayuda a cumplir metas y objetivos y facilita la comunicación dentro de la organización. La comunicación es, sin lugar a dudas, un vehículo para la acción.

BIBLIOGRAFÍA

1. Silva M. Comunicación organizacional, clave para el éxito empresarial. 2010 [citado 23 enero 2015]. Disponible en: <http://www.opciones.cu/turismo/2010-08-07/comunicacion-organizacional-clave-para-el-exito-empresarial>
2. Trelles I. Comunicación organizacional. La Habana: Editorial Félix Varela; 2001.
3. Saladrigas Medina H. Coordenadas cubanas para un fenómeno complejo: Fundamentos para un enfoque teórico-metodológico de la investigación de la Comunicación Organizacional [tesis]. La Habana: Facultad de Comunicación, Universidad de la Habana; 2005.
4. Aguilera J. Política de comunicaciones en la empresa. [23 enero 2015]. Disponible en: <http://www.gestiopolis.com/politica-de-comunicaciones-en-la-empresa>
5. Ministerio de justicia de la República de Cuba. Gaceta Oficial. No. 21. Extraordinaria de 28 de abril de 2014.
6. Papel de las técnicas de observación y participación en la investigación cualitativa. En: Álvarez González A, compilador y Pacheco Pérez Y, editor. Investigación cualitativa. Selección de lecturas. La Habana: Editorial Ciencias Médicas; 2010. p. 47-56.
7. Centro para el Control Estatal de Medicamentos, Equipos y Dispositivos Médicos. Plan de desarrollo estratégico 2015-2019. La Habana: CECMED; 2015.

Mural Institucional



RRPPnet PORTAL DE RELACIONES PÚBLICAS

<http://www.rppnet.com.ar/rppnet.htm>

RRPPnet, centro de referencia en internet en Relaciones Públicas y Comunicación Institucional. Brinda un servicio de información, noticias, publicaciones y secciones especiales, que promueven el conocimiento, y fomentan el intercambios entre profesionales, docentes y/o estudiantes.

Perfil en Gestión del Conocimiento

RRPPnet es un portal que fue construido con los siguientes objetivos: Brindar un servicio de información, noticias, publicaciones y secciones especiales de Relaciones Públicas, que promuevan el conocimiento de la materia en el mundo, y fomenten el intercambio entre profesionales y/o estudiantes.

Apoyar y reforzar el proceso de aprendizaje, mediante la utilización de herramientas digitales que propicien la consecución de los objetivos formativos, en un entorno dinámico, flexible e interactivo.

Perfil del navegante de RRPPnet

El portal es hoy un importante referente de consulta para estudiantes, docentes y profesionales de las Relaciones Públicas, Comunicación, Periodismo y carreras afines a las Ciencias Sociales.

Visitas anuales 3.426.000 personas.

Página del Experto



ELEONAI VYS PARSONS LAFARGUE

Centro de Gestión de la Información y Desarrollo de la Energía (CUBAENERGÍA), La Habana, Cuba

Especialista principal en comunicación y divulgación

naivys@cubaenergia.cu

Síntesis Curricular

Estudios

- Licenciada en Comunicación Social 2013, Universidad de La Habana

Experiencia laboral

- Jefa de Grupo de la Vice dirección de Servicios Especializados, julio, 2015
- Especialista principal en comunicación y divulgación en la Vice dirección de Servicios Especializados, julio, 2015

Punto de vista del experto

Buenas prácticas de comunicación: hacia lo interno de la institución.

Comunicación, bella palabra para algunos, aunque no para todos. Si nos ponemos a pensar, la palabra **comunicación** está presente en todos los ámbitos: en una relación de pareja, en la familia, a la hora de tomar decisiones, en el intercambio de ideas, cuando expresamos inquietudes y siempre son respondidas por un emisor o receptor, es decir, que si no socializamos y expresamos nuestras ideas, sentimientos y emociones, no se verifica la comunicación, ni se realiza el sistema de relaciones humanas. Desde épocas remotas, era tal la necesidad del hombre de comunicarse que se crearon símbolos, signos, dibujos para transmitir su sentir.

Pero la comunicación va más allá de esto. Existe como disciplina en las ciencias sociales, lo cual es muy acertado. Puede ser estudiada en la Facultad de Comunicación de la Universidad de la Habana, donde aprendemos muchas herramientas, en bien de comunicarnos adecuadamente. En el curso de comunicación social, pudimos conocer que existen diferentes tipos de comunicación, como: comunicación visual, audiovisual, interpersonal, intrapersonal, comunitaria, oral, verbal etc. Sin dejar de mencionar la comunicación institucional, la cual es importante en las empresas.

La comunicación institucional, como disciplina en las ciencias sociales, centra su atención en el análisis, diagnóstico, organización y perfeccionamiento de los complejos procesos comunicativos en las organizaciones, también sucede cuando las personas interactúan e intercambian entre sí, para trabajar por un mismo objetivo. De ella se deriva la comunicación interna y externa, los tipos de públicos que pueden ser internos, externos y mixtos, los canales, mensajes, clima organizacional y otros. De las técnicas de evaluación, la más utilizada en la comunicación es el **diagnóstico** de una institución, pues brinda la oportunidad de conocer el estado del centro laboral o institución y cómo se siente su público interno.

Otras oportunidades para aportarle a nuestras instituciones son las ramas de la comunicación como **el marketing, relaciones públicas, publicidad, identidad e imagen y clima organizacional**. Cuando integramos esto como un solo paquete, se observa el enfoque sinérgico de la comunicación, ya que según Cees Van Riel, uno de los estudiosos en el campo de la misma, las principales formas de comunicación corporativa son la Comunicación de Dirección, Comunicación de Marketing y Comunicación Organizativa.

Esta disciplina permite interiorizar conocimientos e incorporar habilidades que tributan al desarrollo social, económico y cultural, a través de su contribución al perfeccionamiento empresarial e institucional, y, además, fortalecer los valores culturales en las organizaciones y la sociedad en general.

La Agenda

X EDICIÓN DE LA JORNADA CIENTÍFICA

Fecha: 9/6/2016- 10/6/2016

Lugar: Universidad de Ciencias Pedagógicas Enrique José Varona

<http://www.almamater.cu/revista/convocan-la-x-edicion-de-la-jornada-cientifica>

La Dirección de Información Científico-Pedagógica de la Universidad de Ciencias Pedagógicas Enrique José Varona convoca a la X Edición de la **Jornada Científica Gestión del Conocimiento: retos y perspectivas para la investigación científica**, que se celebrará los días 9 y 10 de junio próximo.

El evento tiene como objetivo fundamental, propiciar el intercambio entre bibliotecarios, docentes y profesionales de otras áreas del conocimiento sobre las temáticas que se presentan para el debate.

GESTEC 2016

Fecha: 20/6/2016- 24/6/2016

Lugar: PABEXPO -Palacio de las Convenciones

<http://www.euronuclear.org/events/nextet/nextet2016/index.htm>

Cada dos años, directivos, empresarios, especialistas, profesores, técnicos, estudiantes cubanos y extranjeros se dan cita en La Habana, Cuba, para participar en el Congreso Internacional de Gestión Tecnológica e Innovación, GESTEC. Esta será la segunda edición enmarcada en la Convención y Exposición Internacional de la Industria Cubana, CUBAINDUSTRIA, que se celebrará del 20 al 24 de junio del 2016 en Pabexpo, Palacio de las Convenciones.

FECHAS LÍMITES PARA LAS PRESENTACIONES (*deadlines*)

- Presentación de resúmenes: hasta el 30 de abril de 2016.
- Presentación del texto completo: hasta el 30 de mayo de 2016.
- Ratificación de la aceptación definitiva de los trabajos hasta el 20 de mayo de 2016.

XIV CONGRESO INTERNACIONAL DE INFORMACIÓN, INFO'2016

Fecha: 31/10/2016- 4/11/2016

Lugar: Palacio de Convenciones de La Habana, Cuba

<http://www.congreso-info.com/>

El XIV Congreso Internacional de Información, Info'2016, abre esta vez sus puertas con diferentes temáticas de interés, en especial, la presentación de trabajos relacionados con la gestión del conocimiento nuclear. Los interesados en participar pueden enviar su resumen hasta el 1 de junio de 2016. El congreso se llevará a cabo del 31 de octubre al 4 de noviembre del 2016 en el Palacio de Convenciones de La Habana, Cuba.

El Comité Organizador recibirá trabajos de investigación, revisión o estudios de casos, específicamente, aquellos que aborden la aplicación práctica relacionada con la gestión de información y el conocimiento, en las temáticas mencionadas.

Universo GC



EVALÚAN EN CAMAGÜEY PRIMERA ACREDITACIÓN NACIONAL PARA DOCTORADO DE ECONOMÍA

<http://www.cadenagramonte.cu/articulos/ver/59838:evaluan-en-camaguey-primera-acreditacion-nacional-para-doctorado-de-economia>

20/4/2016

Especialistas de la Junta de Acreditación Nacional (JAN) del Ministerio de Educación Superior, evaluaron durante una semana la posibilidad de acreditar, por primera vez, un programa de Doctorado en Cuba en el área de las Ciencias Contables y Financieras.

Pertenciente a la Universidad de Camagüey “Ignacio Agramonte Loynaz” (UC), este postgrado, destinado a la zona del centro y el oriente del país, tiene ya 38 egresados, de los cuales más del 70 % ocupan hoy cargos de relevancia en la vida económica de la Isla.

Arístides Pelegrín Mesa, coordinador del programa, comentó a la ACN que esta evaluación responde al objetivo de elevar la calidad y el rigor de la enseñanza superior en la nación, en la búsqueda de mejor preparación de los profesionales y de mayor reconocimiento internacional de las unidades docentes.

Añadió que, tras verificar en la práctica lo plasmado en el informe de autoevaluación, la JAN decidiría una categoría de acreditación, la cual puede ser en orden ascendente de acreditada, certificada o de excelencia.

En estos momentos, el proceso de comprobación se ubica en la fase de solicitud y revisión de los documentos, en los cuales se registran las fortalezas y debilidades del programa académico en parámetros como el nivel científico de su claustro, los métodos de formación y su impacto social.

El Doctorado de Ciencias Contables y Financieras ha sido también el primero de los 11 postgrados de este nivel, que posee la UC en someterse a esta evaluación externa.



SE ENCUENTRAN DISPONIBLES LOS TRABAJOS Y RESÚMENES PRESENTADOS EN EL SIMPOSIO INTERNACIONAL SOBRE EDUCACIÓN, CAPACITACIÓN Y GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO EN ENERGÍA NUCLEAR

<http://www.lanentweb.org/es/gestion-conocimiento-nuclear-educacion-papers-investigacion>

11/4/2016

Los trabajos, presentados en el simposio organizado por LANENT en Cusco, Perú, en noviembre de 2015, se encuentran disponibles para descarga libre y gratuita. Adicionalmente, los interesados podrán obtener el libro de resúmenes que repasa las temáticas de todas las presentaciones realizadas durante el evento.

Los trabajos fueron realizados por profesionales y expertos de Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Cuba, Ecuador, España, México, Perú, Venezuela, Uruguay y del OIEA. Dentro del material publicado, se encuentran experiencias de diversas instituciones, en lo que respecta a carreras universitarias y educación nuclear, casos sobre divulgación científica, la utilización de nuevas tecnologías en la enseñanza nuclear, estudios sobre capacitación en radiología, entre otros.



ACUERDO FIRMADO ENTRE JINR Y OIEA

[https://www.iaea.org/inis/highlights/2016/news-](https://www.iaea.org/inis/highlights/2016/news-20160426.html)

[20160426.html](https://www.iaea.org/inis/highlights/2016/news-20160426.html)

26/4/2016

El acuerdo fue firmado el 13 de abril por el Director General Adjunto del Departamento de Energía Nuclear del OIEA-Organismo Internacional de la Energía Atómica, Mr Chudakov y el Académico Sr. Matveev, Director del Instituto Central de Investigaciones Nucleares (JINR-por sus siglas en inglés), en el marco del Tercer Fórum International de Gestión del Conocimiento “Soluciones Integrales de Gestión de Conocimiento para I+D, Ingeniería y Sociedades de Operaciones”.

Este acuerdo proporciona una base para la formación del personal, el desarrollo de infraestructura para la operación segura de los reactores nucleares y aceleradores de investigación, la aplicación de isótopos y la radiación en la medicina, y la utilización del repositorio INIS, entre otros. INIS tiene una larga historia de cooperación con JINR y es una fuente importante de información para los científicos JINR. JINR fue uno de los primeros miembros del INIS y ha sido un contribuyente activo desde 1973.