

Conocimiento Organizacional Organizational Knowledge

José Luis Corona Lisboa^I  <https://orcid.org/0000-0003-2991-1636>

^I Universidad Nacional Experimental Francisco de Miranda, Miranda, Venezuela y Universidad Centro Panamericano de Estudios Superiores, México.

✉ joseluiscoronalisboa@gmail.com

Autor para la correspondencia: joseluiscoronalisboa@gmail.com

Clasificación JEL: M1, M14, L00.

DOI: <https://doi.org/10.5281/10.5281/zenodo.18748740>

Recibido: 11/11/2025

Aceptado: 21/02/2026

Resumen

El conocimiento, es el elemento activo más importante de cualquier empresa, para adaptarse a los cambios del macro y micro entorno contextual donde se encuentran embebidas. El objetivo del artículo es analizar la creación del conocimiento a nivel organizacional. Se llevó a cabo una investigación bajo el paradigma cualitativo, utilizando como métodos de estudio, el enfoque bibliográfico y hermenéutico, ya que se realizó una revisión bibliográfica de diversos artículos indexados sobre la temática tratada, en sitios como: Scielo, Web of Science, Dialnet, entre otros. Luego se hizo una análisis documental y discursivo de los artículos seleccionados, donde se contrastan, las ideas del autor con la de otros investigadores. Los resultados indican, que el conocimiento se crea diariamente en las empresas, solo que pasa por desapercibido en la mayoría de los casos, haciendo caso omiso a la importancia que éste tiene, en la toma de decisiones corporativas. Se concluye que es necesario crear mecanismos administrativos adecuados para captar el conocimiento creado en las corporaciones, a fin de utilizarlo de manera útil, completa y oportuna, para adaptarse a las modificaciones del entorno.

Palabras clave: empresa, organización, gestión, conocimiento, toma de decisiones.

Abstract

Knowledge is the most important active element for any company to adapt to changes in the macro and micro contextual environment in which it operates. The objective of this article is to analyze knowledge creation at the organizational level. Research was conducted under the qualitative paradigm, using bibliographic and hermeneutic approaches as study methods. A literature review was carried out on various indexed articles on the topic, from sites such as SciELO, Web of Science, and Dialnet, among others. A documentary and discursive analysis of the selected articles was then performed, contrasting the author's ideas with those of other researchers. The results indicate that knowledge is created daily in companies, but it often goes unnoticed, overlooking its importance in corporate decision-making. The study concludes that it is necessary to create appropriate administrative mechanisms to capture the knowledge created within corporations, in order to use it effectively, comprehensively, and promptly to adapt to changes in the environment.

Keywords: company, organization, management, knowledge, decision-making.

Introducción

En la actualidad empresarial, las organizaciones han tenido que amoldarse a los cambios paradigmáticos del macro-entorno para hacer frente a la cultura y clima corporativo, lo cual incluye el estilo gerencial llevado a cabo por el ápice estratégico. Asimismo, la relación directa entre cultura organizacional y eficacia organizativa, por ello, es necesario dirigir las investigaciones en este ámbito para correlacionar ambas variables, permitiendo la optimización de los recursos institucionales y la toma de decisiones asertivas en los procesos de producción de bienes y servicios para la satisfacción de las demandas sociales.¹

Constantemente, las organizaciones se esfuerzan por responder de la manera más rápida y eficiente posible a las necesidades de sus clientes y del mercado, de forma de ofrecerles servicios y productos de alta calidad, a un costo competitivo y oportuno. Las organizaciones sobreviven en un mercado altamente globalizado y competitivo, donde las oportunidades son pocas. Para ello cuentan con una serie de recursos, los cuales son utilizados para resolver cada uno de los desafíos que se les presentan. González et al.,² destaca los desafíos y presiones siguientes: comprimir en el tiempo los ciclos de negocios, transformación de productos y servicios en bienes de uso, reducción de costos, servicios basados en el conocimiento, E-Business, globalización, consolidación, extender las cadenas de valor y mayores utilidades para accionistas.

El objetivo principal de toda organización es ser efectiva, rentable y adaptable a los cambios constantes. En este contexto, las organizaciones cuentan con niveles potencialmente similares en cuanto a los recursos físicos que poseen para enfrentarse con la competencia, siendo, según Corona³, el conocimiento, el factor diferenciador clave. Las organizaciones, cada vez basan más su funcionamiento en el conocimiento, siendo este el activo más importante. Su carácter de intangible no le impide constituir la ventaja competitiva más buscada por las organizaciones de cualquier tipo. Y como cualquier activo, debe ser gestionado. Además, es preciso focalizar los esfuerzos en su gestión debido al carácter complejo de su formalización y distribución.

Innumerables organizaciones reconocen disponer de un conocimiento importante, pero no sacan

provecho de él. La factibilidad de hacerlo a partir de los procesos de negocios automatizados es día a día un estándar de la industria, pero no se está obteniendo todo el provecho posible de ellos. En este contexto, aquellas organizaciones que puedan capitalizar el conocimiento ahí disponible, tendrán una ventaja y un valor añadido importante en el mercado global, que cada día se torna más competitivo.

De acuerdo a lo antes expuesto, el objetivo del presente artículo fue analizar la importancia del conocimiento organizacional y los desafíos que se presentan para su generación en la actualidad, tomando como premisas: las TIC y la gerencia del conocimiento, postmodernidad gerencial y el conocimiento y la creación del conocimiento.

Metodología

La metodología utilizada fue la cualitativa, con un diseño bibliográfico y hermenéutico, el cual permitió estudiar la realidad sobre el conocimiento organizacional, tal cual se presenta en el contexto corporativo, sin intervención de los investigadores, analizando fuentes de información primaria y secundarias extraídas de artículos científicos indexados, lo cual agrega rigurosidad científica al momento de la selección y análisis de los textos seleccionados para el abordaje teórico del objeto de estudio.⁴

Los artículos elegidos, provienen de directorios científicos confiables como: Scielo, Dialnet, Web of Science, entre otros. Luego se realizó un análisis hermenéutico al discurso plasmado de los autores, para contrastar sus ideas con la del autor, generando un hilo conductor coherente y objetivo.⁵

Resultados y Discusión

Las TICs y la gestión del conocimiento

El actual ambiente globalizado, altamente dinámico y cambiante ha obligado a las empresas a valorar el conocimiento como capital no tangible de desarrollo y productividad de la empresa.⁶ Sin embargo, es tanta la información que se maneja y tan variada e imprecisa que se hace mandatorio la utilización de herramientas para procesar los datos que generaran dicha información y que luego apalancan el conocimiento que dará frutos y la definición de estrategias de calidad, para que la organización mantenga o mejore su liderazgo. Tales herramientas consisten en el manejo de las Tecnologías de Información y Comunicación (TICs), o bien conocidas como las TICs, que apoyarán en la reestructuración de los procesos de negocio de las organizaciones o empresas en general, pero que no constituirán el único elemento que sacará adelante a la organización, y aun pudiendo ser el único elemento, no representa el factor determinante para el liderazgo y competitividad de la empresa, sino se tiene un nivel de madurez organizacional en el manejo tecnológico.

Las empresas deben apoyarse en las TICs asociando éstas con sus procesos de negocio y sistemas productivos, así como los comportamientos socio-económicos y políticos del ambiente en el que se encuentran, de modo que se adapten a los cambios constantes en los que vive el mundo. La utilización de las TICs permite reformular el modelo de negocio y estimularán la innovación, la motivación del personal y el aceleramiento en la entra y procesamiento de las tareas y funciones.

Este análisis permitió conocer que con el auge de la tecnología y especialmente del sector de las Tecnologías de Información y Comunicaciones (TIC), las empresas y organizaciones se han visto en la

necesidad de robustecer sus estrategias para mantenerse competitivas y rentables ante un mercado cada vez más globalizado y cambiante. Las tecnologías han evolucionado para dar soporte a dichas empresas, mediante el desarrollo de software y hardware especializados, permitiendo aumentar la eficiencia y productividad de las mismas; continúan en aumento más investigaciones y desarrollos en el área de las TIC, que generan nuevas y mejores tecnologías que dan paso a nuevos mercados.

Una de las aplicaciones de mayor crecimiento y desarrollo en el sector de las TIC ha sido el de *IoT* o Internet de las Cosas. Está claro, que el Internet ha impactado en todos los sectores económicos y sociales del mundo, el *IoT* viene a cambiar la manera como se hacen las cosas. El *IoT* se refiere a la comunicación en forma real entre objetos mediante redes de Internet, permitiendo recabar datos e información para convertirla en conocimiento⁷.

Dave Evans, un empresario de Cisco, manifiesta que el *IoT* vino a dificultar la comprensión de los cambios constantes de la Tecnología, en el sentido, que se piensa, en que éste dominará todo el futuro tecnológico y los cambios sociales y económicos que se avecinan, pero lo que no se sabe es que el *IoT* constituye la mayor revolución tecnológica que se ha visto hasta la fecha tanto en términos de tecnología como en escala de oportunidad de negocio. Exponencialmente más impactante que la actual Internet y el uso de grandes volúmenes de datos (*Big Data*).

El *IoT* ha impactado en el sector de las TIC debido al auge de dispositivos y máquinas conectados a internet y empotrados en las cosas, lo cual se hace visible en el uso de los celulares, hasta la infraestructura tecnológica, e incluso por la ropa que se viste. El futuro visionado donde los objetos inteligentes pueden detectar el entorno en el que se encuentre, e interactuar no sólo con sus propietarios, sino incluso entre ellos, genera grandes volúmenes de datos a muy corto plazo, aglutinando de información a toda la internet, y, por ende, activando los sistemas de *Big Data*.^{7,8}

En este sentido, el conocimiento y su gestión toman un rol cada vez más relevante para las empresas, debido al desarrollo tecnológico en la información y las comunicaciones. La competitividad de las organizaciones se basa cada vez más en el conocimiento difícil de imitar que permita obtener ventajas competitivas sostenibles.⁸ Es entonces sobre la base del conocimiento, construido social y dinámicamente, que son tomadas decisiones en ambientes competitivos.

Las experiencias documentadas en el tema de la gerencia del conocimiento se centran en el ciclo de vida de la organización, y por ello hoy en día dan gran importancia a las herramientas tecnológicas para la generación y el almacenamiento de información y registro de dichas experiencias, todo ello con el objeto, de reutilizar el conocimiento para lograr la rentabilidad y productividad de la empresa. Así, muchos sistemas y prácticas se corresponden con la reutilización, cuestión que debe ser considerada en una etapa con especial impacto sobre el desempeño de la organización.

La gestión del conocimiento es un concepto que ha tenido relevancia en la Ingeniería de la Información y la Ingeniería del Software, y tiene gran importancia para el desarrollo de sistemas, ya que promueve la creación y reutilización de bloques constructivos de software, catalogados para una fácil referencia, estandarizados para una fácil aplicación y validados para su integración.² Las tecnologías de información y las herramientas asociadas a la gestión del conocimiento, forman parte de la organización como apoyo en la toma de decisiones, conformando un proceso dinámico que guarda a su vez estrechas relaciones con respecto al ciclo de vida del conocimiento.

El conocimiento, una vez integrado en la organización, se reutiliza para promover la innovación y creatividad organizacional, apoyar en las estructuras, capacidades y competencias de sus propios recursos y colaboradores, así como en elementos externos que darán una visión de sistema abierto a la empresa dejando entrar nuevos paradigmas para el apoyo de su gestión. Esta gran evolución conduce a la postmodernidad de la gerencia, tal como se describe a continuación.

Postmodernidad gerencial y el conocimiento

El desarrollo organizacional ha estado fundamentado en la adaptación a los cambios constantes que vive el mundo y su humanidad. Esta evolución se da en paralelo a los cambios sociales, políticos, económicos y culturales en los que se desenvuelve el ser humano, convirtiéndose en la llamada postmodernidad. Dicha postmodernidad encuentra sustento en tres ejes fundamentales que guían el ser y el hacer: la reivindicación de lo plural y lo particular, el rechazo de la filosofía del sujeto y la crítica de la razón a partir de un escenario anarquista de ésta.⁹

Frente a este enfoque se trata de resaltar la importancia de alinearse con los cambios constantes del ambiente en el que se desenvuelve la empresa, según un contexto en particular y evitando exagerar en sistematizaciones y generalizaciones. En otras palabras, la organización debe estar abierta a situaciones diferentes, constantemente y evitar siempre irse por un mismo modelo de acción, ya que de lo contrario, perecería y no tendría cómo competir. La manera clave para lograr evitar caer en lo particular y reivindicarse en lo plural, es generando conocimiento, con la acción, el lenguaje y el espíritu, ya que, la forma en cómo es utilizado y compartido el conocimiento, es cómo se puede clasificar y categorizar los fenómenos que impactan a la empresa y con ello en formular estrategias que desembocarán en tomas de decisiones para superar los obstáculos y conciliar la meta organizacional.

Con la generación del conocimiento y su comunicación rompemos con la subjetividad y la imposición del poder sin sentido. No se trata de competir para imponerse o sembrar una cultura organizacional obligada, sino de aceptar múltiples visiones que juntas podrán hacer de la empresa una organización más rentable y competitiva. Con el conocimiento y la pluralidad de opiniones, más que en la nueva tecnología y adelantos científicos, es que se evidencia el postmodernismo.

Gautherot y Ferrín,¹⁰ plantean que, mientras los enfoques modernistas para estudio de la vida organizacional presentan las organizaciones como fenómenos inmutables, como extensiones de la racionalidad humana, los enfoques postmodernistas abordan las organizaciones como expresiones contingentes y temporales de un impulso sistémico a ordenar las relaciones sociales de acuerdo con el modelo de racionalidad funcional. En otras palabras, con la racionalidad, el análisis crítico y la interpretación de los fenómenos se fomenta una cultura abierta y robusta para enfrentar el caos o lo que es casi igual, el constante cambio en el que todos están sumergidos.

Corona,¹¹ sugiere que, dado que la reflexión postmodernista ha abierto un espacio a la Teoría Crítica, se puede hacer uso de ésta para llegar a una praxis emancipadora en la administración. Lo anterior, conduce a afirmar que la información se ha convertido en el capital más valioso para las organizaciones, hasta el punto que éstas crecerán a la luz de la comercialización de dicha información. Estas compañías deberán estructurar estrategias que le permitan gestionar y controlar los millones de potenciales fuentes que aparecen y desaparecen, sobre datos; y aplicar soluciones de almacenamiento para organizar y alimentar

sus Procesos de Negocio (PN), aplicando técnicas de *Business Analytics* para transformar los datos en información de valor.¹²

El *IoT* constituye la fuente adicional de datos para la optimización de los negocios, datos que pueden originarse de fuentes de información como los data warehouses o las aplicaciones operacionales y datos maestros procedentes de máquinas, aplicaciones, dispositivos o seres humanos¹³.

El *Business Analytics* busca procesar todos estos datos provenientes de distintas fuentes y habilitarlos o ponerlos a disposición del consumidor, de forma sencilla. De manera similar, el *Big Data* se bibliografía datos tanto estructurados como desestructurados, pero debe proporcionar al usuario accesos transparentes y sencillos en la medida de lo posible. La búsqueda empresarial o el Enterprise Search, es el paradigma más común para explorar los datos desestructurados.¹⁴

Con lo antes expuesto, es fácil observar que con la combinación entre el *Business Intelligence* y el *Enterprise Search* a través del *Big Data* y otras fuentes de datos podrán atenderse de manera óptima las necesidades del futuro consumidor de información y PN.

La creación del conocimiento

La organización se ha mirado desde dos dimensiones para la creación de conocimiento: la dimensión ontológica y la dimensión epistemológica, donde se analiza la manera en que el conocimiento se crea a partir de la conversión entre lo que se conoce como conocimiento tácito y conocimiento explícito. La organización creadora de conocimiento para los autores tiene tres funciones primordiales: generar nuevo conocimiento, difundirlo por toda la organización e incorporar lo aprendido a las nuevas tecnologías.

Alcívar, Alrcón y Ferrín,¹⁵ afirman que para trabajar con la teoría de creación de conocimiento organizacional, es preciso entender la naturaleza del conocimiento. Para esto se verán las dos dimensiones del conocimiento: ontológica y epistemológico. La primera refiere que el conocimiento dentro de una organización, puede residir en el plano individual o ser compartido por los miembros de la organización. El conocimiento individual, es un repertorio de conocimientos "propiedad" del individuo, que se puede aplicar independientemente a tipos concretos de tareas o problemas. Es también transferible pues va con la persona, lo que puede dar origen a posibles problemas de retención del personal y acumulación del conocimiento.

En cambio, el conocimiento colectivo, por el contrario, remite a las formas en que el conocimiento se distribuye y comparte por los miembros de la organización. Es el conocimiento acumulado de la organización, almacenado en sus reglas, procedimientos, rutinas y normas compartidas, que orientan las actividades de resolución de problemas y los modelos de interacción entre sus miembros. Puede ser una "reserva" de conocimientos almacenados como una base de datos fija, o bien presentar el conocimiento en un estado de "flujo" procedente de la interacción.

En términos concretos, el conocimiento es creado sólo por los individuos. Una organización no puede crear conocimiento sin individuos. La organización apoya la creatividad individual o provee el contexto para que los individuos generen conocimientos. Por lo tanto, la generación de conocimiento organizacional debe ser entendida como el proceso que amplifica "organizacionalmente" el conocimiento generado por los individuos y lo cristaliza como parte de la red de conocimientos de la organización. Por

esto, la generación de conocimiento organizacional radica en el respaldo organizacional en torno a las potenciales fuentes de conocimiento: individuos, grupos, equipos, proyectos, áreas, departamentos, entre otras.

Siguiendo el mismo orden de ideas, la dimensión epistemológica se basa en la comparación del conocimiento explícito frente al conocimiento tácito. En 1996, Michael Polanyi,¹⁶ identificó la diferencia entre estos dos tipos de conocimiento.

- Conocimiento explícito: Es aquel que puede expresarse en el lenguaje formal (es decir con palabras y números), y puede transmitirse y compartirse fácilmente, en forma de datos, fórmulas científicas, procedimientos codificados o principios universales.
- Conocimiento tácito: Puede describirse como el conocimiento personal incorporado en la experiencia individual y que involucra factores intangibles como las creencias, la perspectiva, el instinto y los valores personales.

Polanyi¹⁶ considera que el origen de todo conocimiento humano está en la intuición. Así pues, el aprendizaje y la capacidad de innovación de una organización depende absolutamente de su capacidad de movilizar el conocimiento tácito y de fomentar su interacción con el conocimiento explícito. Existen cuatro formas de conversión de conocimiento cuya interacción constituye el motor del proceso de creación de conocimiento (SECI):

- La Socialización. es el proceso de adquirir conocimiento tácito a través de compartir experiencias por medio de exposiciones orales, documentos, manuales, etc. Este conocimiento se adquiere principalmente a través de la imitación y la práctica. La Socialización se inicia con la creación de un campo de interacción, el cual permite que los miembros de un equipo compartan sus experiencias y modelos mentales. Produce lo que los autores llaman "Conocimiento armonizado".
- La Exteriorización. es el proceso de convertir conocimiento tácito en conceptos explícitos, haciéndolo comprensible para otros miembros de la empresa. Supone además la interacción del individuo y del grupo, y requiere de técnicas que ayuden a expresar este conocimiento tácito a través de lenguaje figurativo, en forma de analogías, metáforas, y del lenguaje visual. Produce lo que los autores lo llaman "Conocimiento conceptual".
- La Combinación. es el proceso de sistematizar conceptos en un sistema de conocimiento. El conocimiento explícito se sintetiza y formaliza de manera que cualquier miembro de la empresa pueda acceder a él. Para que esta etapa se complete es preciso capturar e integrar nuevo conocimiento explícito, difundir el conocimiento explícito con presentaciones, conferencias, etc., y procesarlo para hacerlo más accesible. Se relaciona con el "Conocimiento sistémico".
- La Interiorización. es el proceso de incorporación de conocimiento explícito en conocimiento tácito a través de "aprender haciendo", que analiza las experiencias adquiridas en la puesta en práctica de los nuevos conocimientos y que se incorpora en las bases de conocimiento tácito de los miembros de la organización en forma de modelos mentales compartidos o prácticas de trabajo. Dando lugar al "Conocimiento operacional".

Cada momento de conversión del conocimiento desemboca en un nuevo conocimiento. Si el conocimiento tácito producido en la socialización no es convertido en explícito a través de la exteriorización, difícilmente el nuevo conocimiento podrá utilizarse en algún tipo de innovación. Del

mismo modo, si el conocimiento explícito generado en la combinación no puede ser interiorizado por los miembros de la organización, una buena parte del nuevo conocimiento se habrá perdido.^{17,18}

Conclusiones

De acuerdo al análisis contextual expuesto, se concluye que el conocimiento organizacional es un proceso neuro-organizacional complejo, que necesita de la atención de todos los niveles de la empresa para su captación y transformación.

En este sentido, es imperante la investigación empresarial como partida para el ordenamiento y consolidación del conocimiento expedido de manera consciente e inconsciente por el capital humano, lo que conlleva a requerir del compromiso del ápice estratégico operacional de las organizaciones.

Referencias bibliográficas

1. Corona J. El gerente como mediador organizacional. Revista Contribución a las Ciencias Sociales. 2018f; (6): 1-8. [consultado 17 junio 2025]. Disponible en: <https://www.eumed.net/rev/cccss/2018/07/gerente-mediador-organizacional.html>
2. González-Veja AMdC, Ramos-Luna L, López A. Historias de Vida: Fundamentos y Alcance en el Análisis Organizacional. New Trends in Qualitative Research. 2024; (19): e873. [consultado 17 mayo 2025]. Disponible en: <https://doi.org/10.36367/ntqr.19.2023.e873>
3. Corona, J. Gerencia universitaria desde la socialización y transferencia del conocimiento. ACINET JOURNAL. 2021a; 7(1): 134-139. [consultado 11 abril 2025]. Disponible en: <https://periodicos.unis.edu.br/index.php/acinnet/article/view/632>
4. Corona J, Maldonado J. Qualitative Research: Emic-Etic Approach. Revista Cubana de Investigaciones Biomédicas. 2018; 37(4): 1-4. [consultado 10 marzo 2025]. Disponible en: <https://www.medigraphic.com/pdfs/revcubinbio/cib-2018/cib184v.pdf>
5. Perdomo R. Gestión del conocimiento: una estrategia útil para la gerencia. Gestión Y Gerencia, 2023; 17(1): 30-47. [consultado 2 mayo 2025] Disponible en: <https://doi.org/10.5281/zenodo.8260033>
6. Corona J. Investigación Cualitativa: Fundamentos Epistemológicos, Teóricos y Metodológicos. Vivat Academia. Revista de Comunicación. 2018; (144): 69-76. [consultado 7 marzo 2025]. Disponible en: <http://doi.org/10.15178/va.2018.144.69-76.ed>
7. Corona J. Gerencia del conocimiento universitario desde la capacidad de investigación y desarrollo (I+D) y trabajo en equipo. Revista Bibliotecas Anales de Investigación. 2021; 17 (Número Especial): 1-10. [consultado 2 marzo 2025]. Disponible en: <https://revistasbnjm.sld.cu/index.php/BAI/article/view/443>
8. Corona J. Gerencia del conocimiento desde la adquisición de información y socialización del conocimiento. Pedagogía y Sociedad. 2025; (28). [consultado 22 abril 2025]. Disponible en: <https://revistas.uniss.edu.cu/pedagogia-y-sociedad/article/view/1975>
9. Bennasar MI, Reyes AD. La universidad latinoamericana en su laberinto: tránsito desde la modernidad a la transmodernidad y el pensamiento complejo. Academo (Asunción). 2022; 9(2): 225-240. [consultado 27 mayo 2025]. Disponible en: <https://doi.org/10.30545/academo.2022.jul-dic.10>
10. Gautherot EM, Ferrín EG. La gestión del conocimiento y la innovación organizacional en la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Extensión Sucre. Revista San Gregorio. 2025; 1(62): 49-57. [consultado 13 mayo 2025]. Disponible en: <https://doi.org/10.36097/rsan.v1i62.3569>

11. Corona J. Gerencia Del Conocimiento Tácito Y Explícito En El Ámbito Universitario. *Current Opinion*. 2024. 4(2): 516-522. [consultado 9 abril 2025]. Disponible en: <https://currentopinion.be/index.php/co/article/view/294>
12. Morgado P, Sologuren E. Conocimiento y uso de la terminología en el contexto profesional: el caso de Pedagogía, Derecho e Ingeniería. *Forma y Función*. 2014; 37(2), e6962. Disponible en: <https://doi.org/10.15446/fyf.v37n2.106962>
13. Ramírez M, Lee S. Positive organizational psychology research in Chile: a systematic literature review. *Límite (Arica)*. 2024; 19(17). [consultado 20 marzo 2025]. Disponible en: <https://dx.doi.org/10.4067/s0718-50652024000100217>
14. Ordoñez DD. The influence of administrative thinking in knowledge management and innovation: a systematic review. *Tendencias*. 2025; 26(2), 272-294. [consultado 7 marzo 2025]. Disponible en: <https://doi.org/10.22267/rtend.252602.283>
15. Alcívar MJ, Alarcón CR, Ferrin HM. Talento humano y la gestión del conocimiento en las microempresas; *Podium*. 2020; (37): 71-88. [consultado 7 marzo 2025]. Disponible en: <https://doi.org/10.31095/podium.2020.37.6>
16. Polanyi M. The tacit dimension. Garden City, NY: Doubleday and Co. 1996; p. 108
17. Corona J, Mijares M, Bonillo P, González A. Modelo teórico para la especificación y gestión de procesos de negocio, sustentado en el uso de Big Data e Internet de las Cosas (IoT). *Revista Argentina de Investigación en Negocios*. 2019; 5(2): 141- 159. [consultado 28 mayo 2025]. Disponible en: <http://rain.ean.edu.ar:8085/rain/index.php/RAIN/article/view/91>
18. Corona J, Kovac M. Perspectiva epistemológica empírico-positivista y fenomenológica-hermenéutica: significado, objeto de estudio y aplicabilidad. *Novo Tékhne*. 2016; 2(2).

Conflictos de intereses:

Los autores refieren no presentar conflictos de intereses.