



Generación de valor en las organizaciones con la
gestión del conocimiento e información

*Generation of value in organizations with the management of
knowledge and information*

Teresa Irina Salazar Echeagaray

<https://orcid.org/0000-0001-8785-6300>

Universidad Autónoma de Sinaloa, México

teresasalazar@uas.edu.mx

Liberato Cervantes Martinez

<https://orcid.org/0000-0003-3501-7059>

Universidad Autónoma de Sinaloa, México

liberatocervantes@uas.edu.mx

John Peter Aguirre Landa

<https://orcid.org/0000-0002-6604-9371>

Universidad Nacional José María Arguedas, Andahuaylas, Perú

jpguirre@unajma.edu.pe

César Carbache Mora

<https://orcid.org/0000-0001-9373-2873> Universidad

Laica "Eloy Alfaro" de Manabí, Ecuador

cesarcabache@gmail.com

Recibido: 25/12/2022

Aceptado: 30/03/2023

Publicado: 15/04/2023

Cita en APA 7: Salazar, T.I., Cervantes, L., Aguirre, J.P. y Carbache, C. (2023). Generación de valor en las organizaciones con la gestión del conocimiento e información. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales – Relacis*, 1(2), 3 – 16.
<https://revistas.jjsanmarcos.org/index.php/relacis/article/view/39/43>



Resumen

En la actualidad, la gestión del conocimiento y la información es fundamental para la generación de valor en las organizaciones. El conocimiento y la información son activos intangibles que pueden ser utilizados para tomar decisiones informadas, mejorar la eficiencia de los procesos y fomentar la innovación. En este artículo, se explorará la relación entre la gestión del conocimiento y la información y la generación de valor en las organizaciones. Metodología: El presente estudio es de carácter cualitativo y correlacional. Se llevó a cabo mediante un diseño no experimental, mixto, transversal y correlacional. Conclusión: La capacidad de las empresas para utilizar la información y el conocimiento de manera efectiva y eficiente puede generar ventajas competitivas y mejorar la toma de decisiones, la eficiencia de los procesos y la gestión del talento.

Palabras clave: Generación de conocimiento, organizaciones, sectores económicos, administración.

Abstract

Today, knowledge and information management is crucial for generating value in organizations. Knowledge and information are intangible assets that can be used to make informed decisions, improve process efficiency and foster innovation. In this article, you will explore the relationship between knowledge and information management and value generation in organizations. Methodology: This study is qualitative and correlational. It was carried out through non-experimental, mixed, transversal and correlational design. Conclusion: The ability of companies to use information and knowledge effectively and efficiently can generate competitive advantages and improve decision-making, process efficiency and talent management.

Keywords: Generation of knowledge, organizations, economic sectors, administration.



Introducción

Es importante recordar que para el correcto y óptimo funcionamiento de cualquier organización es necesario que cuente con recursos suficientes. Los cuales se dividen en materiales, financieros, tecnológicos y humanos. El conocimiento es parte fundamental de los recursos humanos. Se define como el “conjunto de información almacenada mediante la experiencia o el aprendizaje (a posteriori), o a través de la introspección (a priori) (Pérez Porto, 2008)”. Para obtener el conocimiento se necesita pasar por un proceso que involucra a un sujeto, un objeto y un proceso cognoscitivo. En la mayoría de los casos se tiene que vivir una experiencia para llegar al entendimiento y con eso a la razón. Para realizar funciones dentro de una organización se necesita obtener el conocimiento mediante el aprendizaje de una disciplina específica, repetirla información y aplicarla hasta que sea realizada como cualquier otra función.

Por lo cual, se considera al conocimiento como factor de producción, como elemento básico del desarrollo económico y social. Clasificándolo en dos: en el conocimiento tácito, el que se obtiene a través de la experiencia, del conocimiento subjetivo natural y es difícil de codificar, copiar y difundir. Y en el conocimiento explícito, el cual se basa en hechos y teorías, se puede codificar, copiar y difundir más fácilmente a otros (Villasana Arreguín, 2021). Todas las personas obtienen el conocimiento de ambos tipos.

Al mencionar la palabra personas se le debe considerar como capital humano. Y este, es un proceso formativo desde el que las redes de conocimiento adquieren un sentido asimilativo, tecnológico, individual, motivacional y de movilidad. En tal sentido, las redes de conocimiento llegan al capital humano para dotarle de legitimidad y transparencia al debatir y consensuar las decisiones que beneficiarán a un grupo, organización o comunidad, académica, científica y tecnológica. La competencia y la cooperación que supone la formación del capital humano determina las redes de conocimiento ya que son éstas las que delinear las estrategias de equilibrio entre demandas y recursos (Carreón Guillén, 2021). Con lo que se llega al conocimiento colectivo, el cual se refiere a la forma en que los miembros de una organización distribuyen y comparten el conocimiento. Y de esto se llega al concepto de gestión del conocimiento.

Planteamiento del problema

El concepto de gestión de conocimiento, según distintos autores esta dado en función del procesar la información de la organización, acceder a esta, socializarla y generar nuevo conocimiento, partiendo de preceptos como que:

“Es la capacidad para una organización de gestionar, la creación, difusión, adaptación y utilización del conocimiento necesario para integrarlo a empresas, procesos, sistemas, servicios, productos y que sea parte de su capital intelectual” (Medellin, 2002).

Otro concepto relacionado con la gestión del conocimiento señala que:

“La gestión del conocimiento debe propiciar un ambiente social y tecnológico que favorezca las actividades relacionadas con el conocimiento, de manera de promover la creación, almacenamiento y difusión de este” (Reaich, Gemino, & Sauer, 2012).

Existen diferentes estudios que identifican la generación del conocimiento y la información como generadores de valor en las organizaciones, ya que abordan de manera profusa variables y problemáticas particulares en cada investigación, tal es el caso de:

Una investigación titulada: “Investigación Aplicada Definición, Propiedad Intelectual e Industria”, en Ecuador, describe que la investigación aplicada busca generar conocimiento para resolver problemas de los sectores productivos, la metodología empleada es revisión y análisis bibliográfico y teórico, y el resultado es la importancia de la colaboración entre la universidad y la industria en el proceso de transferencia de tecnología y capital intelectual (Lozada, 2014).

Otro estudio titulado “La Cultura Organizacional y las Competencias para la Gestión del Conocimiento en las Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES) de Colombia”, este estudio analiza relación existente entre la cultura organizacional y las competencias para la gestión del conocimiento de las Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES) de Colombia, la metodología empleada es la aplicación de un modelo de evaluación de gestión del conocimiento, a 321 empresas. Para el efecto se utilizaron métodos de análisis y síntesis y un tipo de estudio descriptivo exploratorio y correlacional, como resultado se obtiene que la cultura organizacional es un factor determinante en la generación del conocimiento en las empresas (Marulanda, Lopez, & Lopez, 2016)

Un estudio denominado “La generación de nuevo conocimiento en economía: un modelo de crecimiento endógeno”, en Colombia, aborda el modelo teórico de gestión de conocimiento en relación con la curva de aprendizaje, en la cual se considera la producción científica de profesores de la universidad católica de Colombia en revistas científicas de economía de 2017 a 2020, la metodología es analizar el nivel de producción y dentro de los resultados se obtiene que las mejoras en el coeficiente de aprendizaje y en capital humano impulsan progresivamente la tasa de crecimiento de nuevo conocimiento, así como que la existencia de una comunidad académica en formación constante de capital humano y con tecnología adecuada propician generación de conocimiento que sin su existencia (de la comunidad académica) no sería viable (Prieto & Tejedor, 2020).

Otra investigación: “Cuestionamientos éticos a la generación de conocimiento en la investigación biomédica con animales no humanos” , analiza los estudios médicos en animales para realizar diferentes tipos de pruebas en estos y generar nuevo conocimiento, considerando aspectos de índole moral y científicos, la metodología es el análisis bibliográfico y teórico de este fenómeno, y entre los resultados está el poner a consideración que tan válido, ético o justificable es este tipo de estudios (Tellez & Vanda, 2020).

La aplicación de tecnologías y el desarrollo de espacios de información virtual o internet, apertura otras formas de generación del conocimiento. En ese sentido, se puede



determinar si existen condiciones que brinden un acceso universal al conocimiento, además de un aprovechamiento colaborativo de este para innovar (Cervantes, 2020).

Aunque la información por sí misma, no es conocimiento, hasta que esta información se externaliza, se difunde y es codificada de tal manera que pueda llegar a otros, esto pasa en el caso de las organizaciones.

La gestión del conocimiento es un tema de interés debido a la internacionalización, ya que el tiempo que la información hoy en día tarda en compartirse es veloz y el conocimiento que se genera es muy dinámico, la innovación de productos, servicios, procedimientos en las organizaciones es producto de una nueva generación de conocimientos aunado a este proceso (Villasana, Hernandez, & Ramirez, 2021). La gestión del conocimiento es un proceso sistemático que implica la identificación, creación, almacenamiento, difusión y aplicación del conocimiento en la organización" (García, 2023, p. 1).

Para el presente trabajo de investigación se pretende determinar cómo es que el conocimiento y la información en las organizaciones generan valor a las mismas.

De acuerdo con la investigación de Laura Villasana Arreguín, Patricia Hernández García y Elfego Ramírez Flores la gestión del conocimiento es el tema principal de las organizaciones, su foco está en sus esfuerzos para promover la creación, intercambio, combinación y aplicación del conocimiento para lograr una ventaja competitiva pero aún faltan métodos de seguimiento para determinar el enfoque de la empresa (Villasana Arreguín, 2021). En su publicación, se abordan las cuestiones del conocimiento tácito, la teoría de recursos y capacidades y la creación de conocimiento organizacional. Los cuales son elementos valiosos para que las empresas maximicen sus capacidades.

Para definir la gestión del conocimiento hicieron una revisión teórica del concepto, su origen, modelo, aplicación, situación actual y el desarrollo a futuro. De las definiciones propuestas en 1994 y 1998 por Davenport y Prusak se puede retomar que la gestión del conocimiento son las acciones que realiza la organización con el fin de obtener el máximo valor del conocimiento posible. Convirtiéndose en un proceso de capturar, distribuir y utilizar de manera eficaz el conocimiento. Y optan por puntualizar la gestión del conocimiento como el método de gestión o disciplina emergente que busca utilizar el conocimiento generado de manera estructurada y sistemática para alcanzar metas y optimizar la toma de decisiones (Villasana Arreguín, 2021).

Modelos de gestión del conocimiento

En lo que respecta a las principales teorías relacionadas con los modelos de la gestión del conocimiento resaltan la teoría de los recursos y capacidades de Edith Penrose publicada en el año 1959 y retomada por Jay Barney en 1991 considerándola como parte de la ventaja competitiva de las organizaciones. Y la teoría de creación de conocimiento organizacional propuesta en 1995 por Ikujiro Nonaka y Hirotaka Takeuchi (Villasana Arreguín, 2021).

Ángela Guadalupe Manzano Santana y Jennifer Mul Encalada presentan una comparación de los diferentes modelos de gestión de conocimiento que sirven como marco de referencia para comprender dicho proceso, algunos ejemplos de estos modelos son los de Karl Wiig de 1993, el citado en el párrafo anterior de Nonaka y Takeuchi de 1995, el de Larry Kerschberg del año 2001, el de Manuel Riesco Gonzalez del 2004, el de Estelio Angulo y Miguel Negrón del 2008, entre otros. La mayoría de las propuestas coinciden en cinco dimensiones: adquisición, almacenamiento, compartición, aplicación y protección (Manzano Santana, 2021). Derivado de lo anterior se pueden observar que entre los diversos modelos de gestión del conocimiento se proponen diversas dimensiones y que también existen similitudes entre ellos. Sin embargo, la base en la que coinciden los artículos que estudian la gestión del conocimiento siempre es en la propuesta de Nonaka y Takeuchi ya que es el promotor de una cultura organizacional abierta al aprendizaje colaborativo.

En el 2021, Carolina Quiñonez Zuñiga y Wilfred Fabian Rivera Martinez desarrollaron una propuesta de modelo de gestión de conocimiento para centros de productividad e innovación en el que retoman los pilares de la gestión del conocimiento establecidos en el 2018 por Michael Stankosky y Carolyn Baldanza. En la cual, se agrupa en cuatro áreas estratégicas la estructura que da base a la gestión del conocimiento en una organización, siendo: Liderazgo o Gestión, Organización, Tecnología y Aprendizaje (Quiñonez Zuñiga & Rivera Martínez, 2021).

Estas áreas estratégicas nos llevan a la gestión organizacional y por lo tanto a la gestión de la comunicación. Esto es porque el liderazgo es el proceso de influencia entre líderes y seguidores para que se puedan cumplir con los objetivos organizacionales, lo cual no se puede llevar a cabo sin una correcta comunicación y de una minuciosa planeación estratégica. La organización está compuesta por una estructura, en donde cada persona que forma parte de la misma realiza una función que espera sea cumplida y que necesita del intercambio de conocimiento a través de la comunicación para que pueda ser realizada. La tecnología es un integrante clave, en virtud de que es la manera más rápida y efectiva de compartir e instruir los conocimientos entre quienes conforman esa parte del departamento de la organización. Y el aprendizaje es un pilar estratégico porque demostrará si hubo o hay una comunicación efectiva y un entendimiento por parte de quienes recibieron la información.

En el caso de México, María del Carmen Gutiérrez-Diez, Alma Lilia Sapién Aguilar y Laura Cristina Piñón Howlet en el 2015 mencionan que las PyMEs son las más desfavorecidas en el manejo de la información para gestionar conocimiento, siendo uno de los principales motivos, la carencia de estrategias y procesos por parte de las organizaciones para realizarlos. En ese mismo año, Paola Irene Mayorga Salamanca, José Sánchez Gutiérrez y Elsa Georgina González Uribe realizaron una investigación en 528 PyMEs de Guadalajara en la que concluyeron que la gestión del conocimiento es un elemento importante para los miembros que integran la organización, debido a que promueve el desarrollo de nuevas capacidades y oportunidades. Lo cual ayuda a que las personas desarrollen, estimulen, diseminen generen e implementen nuevos conocimientos para la creación de PyMEs competitivas en un mercado globalizado (Manzano Santana, 2021).



Conocimiento e innovación

Otra forma mediante el cual se está buscando fomentar el conocimiento es por medio de la Ciencia Abierta, que tiene como uno de sus pilares la libertad de la divulgación del conocimiento científico buscan que otras personas puedan coadyuvar y contribuir; asimismo, que tanto los datos de una investigación como notas de laboratorio, así como cualquier procedimiento que se haya usado en una investigación sea de acceso al público en forma gratuita y que pueda ser usado y distribuido sin ninguna restricción legal, tecnológica o social. Aunque, pueden existir algunos casos donde no va a ser posible compartir los datos, ya sea por un tema de privacidad, de seguridad, o por restricciones referentes a propiedad intelectual y/o condiciones legales (Crossetti y Silva, 2021).

En la actualidad en lo que respecta a la innovación se exige una fusión entre el componente social y el componente económico que va más allá de los límites corporativos actuales; preparando un ecosistema de conocimiento como base se daría los primeros pasos para que esta fusión sea posible y generar una innovación (Konno y Schillaci, 2021).

Nejjari y Aamoum (2020) mencionan que el capital intelectual genera el desarrollo de capacidades de innovación de las organizaciones, aunque a distintos niveles, la mayor relación de influencia está establecido entre el capital relacional y la innovación radical; este hallazgo puede explicarse porque cuando el conocimiento se comparte entre los distintos actores internos y externos el tiempo para explorar el fenómeno que se quiere innovar se minimiza; por otro lado, el capital estructural influye mayormente en la innovación incremental; y el capital humano por sí mismo tiene no hay mayor influencia en la innovación a menos que el conocimiento se comparta a través de redes de colaboración.

Yi y Yun-fei, (2022) basándose en estudios de Vista Bajo Recursos (RBV) y en la Teoría de la Dependencia de los Recursos (RDT) señalan que encontraron que el conocimiento el poder tiene relación invertida con la innovación revolucionaria, este descubrimiento expone que una empresa puede quedar atrapada en la singularidad del apalancamiento de poder; asimismo, descubrieron que el poder del conocimiento incide en forma positiva a la integración del conocimiento de la empresa, explicándose esto porque parte del conocimiento que las empresas integran se obtiene aprovechando el poder de las redes, de modo que los que manejan este poder aún pueden beneficiarse del uso cada vez más usando esta integración del conocimiento.

Pivec y Potočan (2021) mencionan que en la actualidad el conocimiento se ha convertido en una de las claves impulsoras del éxito en las empresas y que, para recoger los beneficios de los conocimientos de los empleados resulta necesario hacer una transferencia de conocimientos buscando compartir estos conocimientos útiles entre la mayor cantidad de trabajadores de la organización; edificado sobre los supuestos del efecto de la cultura organizacional en el proceso de transferencia del conocimiento; asimismo, mencionan que los empleados de mayor edad y los empleados que ocupan cargos directivos son los más propensos a la transferencia de conocimientos.

Sokoh y Okolie (2021) mencionan que tanto el conocimiento como la información se han convertido en el medio por el cual los problemas empresariales ocurren, por lo que

la gestión del conocimiento es fundamental para que una organización utilice adecuadamente sus recursos y cree una ventaja competitiva sostenible; la gestión del conocimiento representa la primera oportunidad para lograr ahorros sustanciales, mejoras significativas en el desempeño humano, por lo tanto, la calidad, la eficiencia y la eficacia en el desempeño no puede ocurrir si los empleados no están desarrollados; a su vez mencionan que, las organizaciones compiten hoy sobre la base del conocimiento ya que los productos y servicios son cada vez más complejos; razón a ello, la gestión del conocimiento se ha vuelto crucial en las operaciones comerciales porque el mercado es se está volviendo demasiado competitivo y la tasa de innovación está aumentando.

Hjørland (2021) menciona que la organización del conocimiento (KO) es el campo relacionado con la indexación, clasificación y representación de documentos para recuperar información (IR); si bien es cierto que la recuperación de la información (IR) hoy es dominado por motores de búsqueda como Google, la organización del conocimiento busca reflejar el conocimiento tal como lo describe la erudición contemporánea; la clasificación de documentos en la gestión del conocimiento (KO) apunta principalmente a reflejar la clasificación del conocimiento en las ciencias.

Gestión Basada en el Valor

Conforme las organizaciones van evolucionando también lo hacen sus objetivos; antiguamente las metas fundamentales de una empresa era las ganancias y las metas como la participación de mercado; estos objetivos están desactualizados y las organizaciones los reemplazó con objetivos que son consistentes con los tiempos cambiantes actuales de la competencia; a nivel mundial la mayor parte de las grandes empresas utilizan un nuevo enfoque denominado gestión basada en el valor que tiene como principal objetivo la creación de valor de las organizaciones (Mitán et al., 2021).

Las empresas pueden difundir el conocimiento de manera efectiva utilizando diferentes herramientas, tales como portales de conocimiento, sistemas de gestión de aprendizaje y redes sociales (Martínez, 2023, p. 3).

Metodología

El presente estudio es de carácter cualitativo, correlacional. Se llevó a cabo mediante un diseño no experimental, mixto, transversal y correlacional, que señala las actividades y las relaciones que se establecen entre las diferentes instituciones u organizaciones de sectores productivos, económicos o de alguna actividad estratégica específica y la generación del conocimiento.

Se trata de una investigación correlacional, basada en la conceptualización de las relaciones entre dos o variables o más, en un punto específico temporal (Hernández, 2018).

Se empleó la recopilación de información bibliográfica relacionada de revistas científicas, sobre estudios y casos prácticos del tema a manera de referente; y se consultaron algunas páginas de bases de datos relacionadas con la temática tema de estudio.

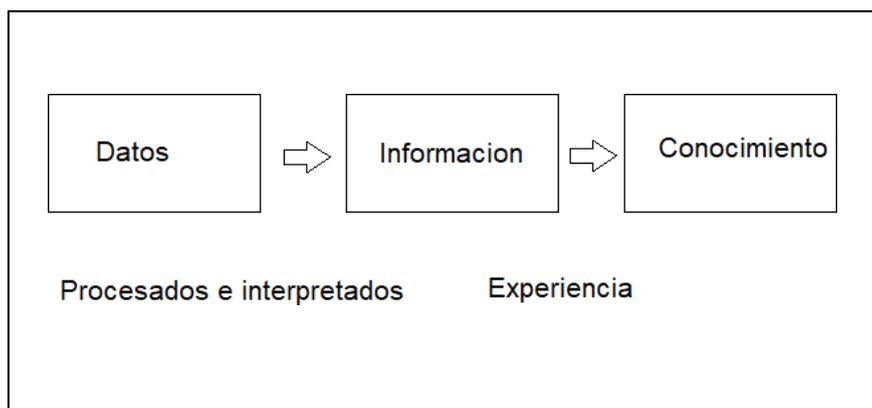
Resultados

Según la bibliografía consultada, el proceso de gestión del conocimiento en una organización o institución está en función de cómo los datos se transforman y codifican en información aplicable a distintos procesos en un sistema organizativo (Medellin, 2002).

Esta información procesada y socializada se transforma en nuevos conocimientos, como nuevas formas de trabajar, de operar, de hacer las cosas, y el uso de mecanismos y equipos necesarios para crear una ventaja competitiva en la empresa.

Figura 1

Transformación de los datos en conocimientos

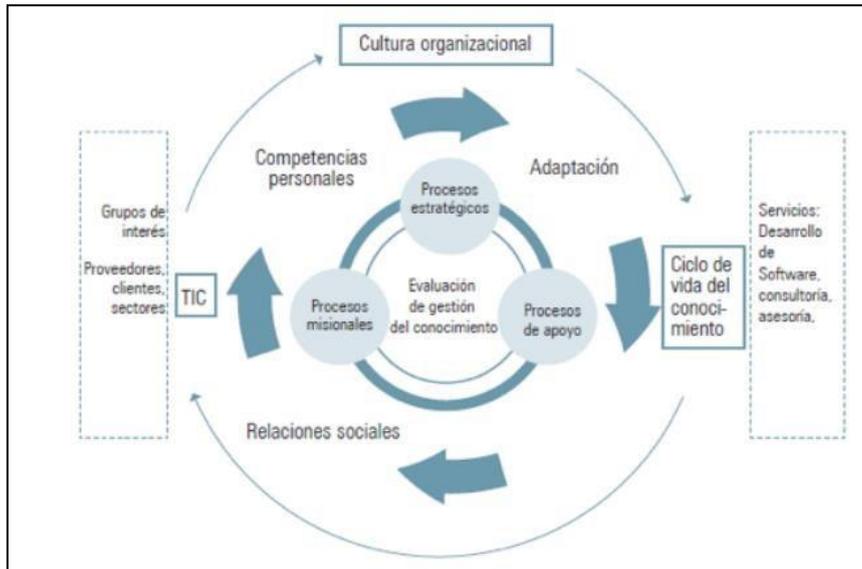


Fuente: Elaboración propia de (Cervantes, 2020).

Sin embargo, lo anterior, requiere de un proceso donde participen todos los miembros de una organización o sector: clientes, proveedores, socios, colaboradores, entre otros; mismos que mediante sus competencias personales e individuales pueden ser capaces de generar un nuevo valor a los distintos procesos de la empresa (estratégicos, misionales y de apoyo), ya que dentro de una cultura organizacional donde se fomenta la capacitación continua, la evaluación de procesos, empleo de equipos, programas, sistemas de control, usos de las tecnologías de información y comunicación adecuados para el funcionamiento de esta; se evalúa la gestión del conocimiento.

Figura 2

Modelo de evaluación de gestión del conocimiento



Fuente: Tomado de (Marulanda, Lopez, & Lopez, 2016).

En este sentido, se deben generar condiciones adecuadas en las organizaciones e instituciones que permitan a los involucrados en los diferentes procesos de esta, tener un manejo adecuado de la información, ya que mediante esta es posible, tratar de ofrecer servicios y productos de calidad, así como generar nuevas oportunidades de negocio.

Discusión

Según la bibliografía consultada se requiere de buscar alianzas estratégicas que fortalezcan a la empresa o institución, la apertura de nuevos mercados globales, crear espacios y entornos de trabajo más adecuados y dignos, fomentar el trabajo colaborativo entre los miembros de la organización, fomentar la planeación estratégica, la capacitación y formación continua del personal, así como desarrollar una comunicación más abierta con los distintos niveles jerárquicos, y tener la capacidad de crear vínculos con los diferentes actores involucrados alrededor en una empresa o institución (otras empresas, proveedores, el gobierno, sectores académicos, clientes, colaboradores, socios) entre otros.

Retos y líneas de investigación futuras:

Los retos a los que se enfrenta la gestión del conocimiento y que son las líneas de investigación que se les debe dar continuidad y profundidad son:

1. El nuevo paradigma de una actitud de compartir los conocimientos de manera generosa y desinteresada. En donde compartir significa renunciar a bienes y derechos de propiedad intelectual. Así como vincular la gestión del conocimiento con la industria 4.0 que es la cuarta revolución industrial, en donde hay nueve tecnologías (Big data y análisis, Robots autónomos, Simulación, Integración horizontal y vertical de sistemas, Internet industrial de las cosas, Redes de seguridad,

Nube, y Fabricación aditiva y realidad aumentada), que están transformando a la producción industrial (Villasana Arreguín, 2021).

2. La idea de gestionar el conocimiento de manera adecuada precisa de tomar en cuenta los cuatro aspectos (liderazgo/gestión, organización, tecnología y aprendizaje), citados en párrafos anteriores para identificar con acierto cuales son los conocimientos necesarios para desarrollar óptimamente tanto las actividades actuales como las que sean preciso desarrollar en el futuro. Así como de implementar los siguientes principios básicos: 1) Proceder del modo más conveniente para disponer de dichos conocimientos; 2) Proteger los conocimientos disponibles para evitar pérdidas y fugas de la organización; y 3) Aplicar eficientemente los conocimientos disponibles para el desarrollo de las actividades de la organización (Quiñonez Zuñiga & Rivera Martínez, 2021).
3. Al realizar el estudio en Yucatán, México en una organización que presta servicios profesionales de consultoría para identificar las áreas de oportunidad para mejorar la gestión del conocimiento. Se utilizan las cinco dimensiones que son las similitudes de los modelos de gestión del conocimiento que se han presentado en el transcurso de los años. Y se observó que la consultora no tiene una estrategia formal de gestión del conocimiento. Sin embargo, se identificó que llevan a cabo ciertas prácticas relacionadas con las cinco dimensiones. Se observó que han trabajado más en prácticas relacionadas con la adquisición y menos en prácticas relativas a la compartición y protección del conocimiento (Manzano Santana, 2021).
4. Estudios relativos a la gestión del conocimiento ante el Covid-19 evidencian un escenario de alto riesgo con respuestas emocionales de mayor contingencia, así como respuestas pasivas ante los efectos de la pandemia, pero en una situación de bajo riesgo, confinamiento y distanciamiento social. En donde deben prevalecer los factores del emprendimiento y la innovación porque asumen una postura activa ante los eventos catastróficos (Carreón Guillén, 2021).

Conclusiones

La gestión del conocimiento juega un papel fundamental en las organizaciones, necesita de un permanente trabajo en equipo por parte del personal, así como de una constante capacitación para que la información se sume a la innovación y se genere el valor dentro de la organización. La capacidad de las empresas para utilizar la información y el conocimiento de manera efectiva y eficiente puede generar ventajas competitivas y mejorar la toma de decisiones, la eficiencia de los procesos y la gestión del talento. Se ha demostrado que las empresas que tienen acceso a información y conocimiento valiosos pueden tomar decisiones informadas que les permitan innovar y adaptarse a los cambios del mercado.

Además, pueden mejorar la eficiencia y eficacia de sus procesos, reducir costos y mejorar la calidad de sus productos y servicios. Las empresas deben implementar diferentes estrategias para gestionar efectivamente el conocimiento, tales como la identificación y captura de conocimiento, el almacenamiento de conocimiento, la difusión de conocimiento y la aplicación de conocimiento. Las empresas que logren gestionar efectivamente su conocimiento tendrán una ventaja competitiva en el mercado y podrán

generar valor sostenible en el tiempo. En conclusión, el conocimiento y la información se han convertido en activos críticos para el éxito de las organizaciones y deben ser gestionados de manera efectiva para generar valor en la empresa y para los clientes. Las empresas que logren aprovechar estos activos de manera efectiva tendrán una ventaja competitiva en el mercado.

Referencias

- Carreón Guillén, J.; Bermúdez Ruíz, G.; Sánchez Sánchez, A.; Espinoza Morales, F.; y García Lirios, C. (2021). Contrastación de un modelo de gestión del conocimiento en la era COVID-19. *Integración Académica en Psicología*. 9. (26). <https://integracion-academica.org/attachments/article/308/Integraci%C3%B3n%20Acad%C3%A9mica%20en%20Psicolog%C3%ADa%20V9N26.pdf>
- Cervantes, L. (2020). La generación de redes de conocimiento y sus implicaciones en sectores estratégicos: caso el sector pesquero camaronero en sinaloa, méxico. *Revista Caribeña de Ciencias Sociales*, 1-16. Obtenido de <https://www.eumed.net/rev/caribe/2020/01/redes-conocimiento-mexico.pdf>
- Crossetti, M.G.O. y Silva, G.C. (2021). Ciencia abierta – el límite entre el saber y el poder del conocimiento. *Revista Gaúcha Enfermería*. 42:e20210031. doi: <https://doi.org/10.1590/1983-1447.2021.20210031>
- García, M. (2023). Generación de valor en las organizaciones con la gestión del conocimiento e información. Artículo presentado en el Congreso Internacional de Gestión Empresarial, Madrid, España.
- Hernandez, R. (2018). *Metodología de la investigación*. Mexico: Mc Graw Hill Education.
- Hjørland, B. (2021). Information Retrieval and Knowledge Organization: A Perspective from the Philosophy of Science. *Information*, 12(3), 135-160. <http://dx.doi.org/10.3390/info12030135>
- Konno, N. y Schillaci, C.E. (2021). Intellectual capital in Society 5.0 by the lens of the knowledge creation theory. *Journal of Intellectual Capital*, 22(3) pp. 478-505. <https://doi.org/10.1108/JIC-02-2020-0060>
- Lozada, J. (2014). Investigación Aplicada: Definición, Propiedad Intelectual e Industria. *Ciencia America*, 34-39. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6163749>
- Manzano Santana, Á. G. y Mul Encalada, J. (2021). *La Gestión del Conocimiento en las Mipymes: Caso de una Consultora en Yucatán, México*. *Hitos de Ciencias Económico Administrativas*. 27, (77). Págs. 33-53 <https://revistas.ujat.mx/index.php/hitos/issue/view/401>



- Martínez, J. (2023). Generación de valor en las organizaciones con la gestión del conocimiento. Artículo presentado en el Congreso Internacional de Gestión Empresarial, Madrid, España.
- Marulanda, C., Lopez, M., y Lopez, F. (2016). La Cultura Organizacional y las Competencias para la Gestión del Conocimiento en las Pequeñas y Medianas Empresas (PYMEs) de Colombia. *Informacion tecnologica*, 3-10.
- Medellin, E. (2002). Gestion del conocimiento y la entrega de valor en las organizaciones de investigacion y desarrollo tecnologico. *Seminario Iberoamericano sobre tendencias modernas en gerencia de la ciencia y la innovacion tecnologica*, 97-108.
- Mitan, A., Siekelova, A., Rusu, M. y Rovnak, M. (2021). Value-based Managment: A case study of visegrad four countries. *Ekonomicko-manazerske spektrum*, 15(2) pp. 87-98. [dx.doi.org/10.26552/ems.2021.2.87-98](https://doi.org/10.26552/ems.2021.2.87-98)
- Nejjari, Z. y Aamoum, H. (2020). Intellectual Capital as a Generator of Innovation in Companies: A Systematic Review. *Humanities & Social Sciences Reviews*, 8 (1). <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3530189>
- Pérez Porto, J. y Gardey, A. (2008) *Definición de conocimiento - Qué es, Significado y Concepto*. <https://definicion.de/conocimiento/>
- Pivec, N. y Potočan, V. (2021). Strength of culture and transfer of knowledge in organizations. *Management*, 26 (1), 21-35. <https://doi.org/10.30924/mjcmi.26.1.3>
- Prieto, W., y Tejedor, J. (2020). La generación de nuevo conocimiento en economía: un modelo de crecimiento endógeno. *Finanzas y política Economica*, 12(2), 553-588. <https://www.redalyc.org/journal/3235/323568443009/html/>
- Quiñonez Zuñiga, C. y Rivera Martínez, W. (2021). Modelo de gestión del conocimiento para centros de productividad e innovación. *Telos: revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales*, 23 (2), Venezuela. (Pp.347-366). DOI: www.doi.org/10.36390/telos232.09
- Reaich, B., Gemino, A., y Sauer, C. (2012). Knowledge Management and Projectbased Knowledge in it Projects. *International Journal of Project Management*, 30(6), 663-674. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0263786311001645>
- Rincon Soto, I. B. (2020). El poder del conocimiento y de la información como generador de valor en las organizaciones. (Eumed.net, Ed.) *Revista Académica de Investigación Tlatemoani*(34), 132-147. <https://www.eumed.net/rev/tlatemoani/index.html>
- Sokoh, G. C. y Okolie, U. C. (2021). Knowledge managment and its importance in modern organizations. *Journal of Public Administration, Finance and Law*, 20, 283-300. <https://doi.org/10.47743/jopaf1-2021-20-19>
- Tellez, E., y Vanda, B. (2020). Cuestionamientos éticos a la generación de conocimiento en la investigación biomédica con animales no humanos. *Revista Bioetica y derecho*.

https://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1886-58872020000200012

Villasana, L., Hernandez, P., y Ramirez, E. (2021). La gestión del conocimiento, pasado, presente y futuro. Una revisión de la literatura. *Trascender, contabilidad y gestión*, 53-78. https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2448-63882021000300053

Villasana Arreguín, L. M., Hernández García P., y Ramírez Flores, E. (2021). La gestión del conocimiento, pasado, presente y futuro. Una revisión de la literatura. *Trascender, Contabilidad y Gestión*. 6, (18) Pp. 53-78. DOI: <https://doi.org/10.36791/tcg.v0i18.128>

Yi, J. y Yun-fei, S. (2022). Power-leveraging paradox and firm innovation: The influence of network power, knowledge integration and breakthrough innovation. *Industrial Marketing Management*, 102, pp. 205-215. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2022.01.007>.