



Enero-Junio 2026

Recibido: 11-08-2025

Aceptado: 20-10-2025

La disputa por la validez y la legitimidad del conocimiento científico en entornos

Autores: Daniela Velázquez Ruiz¹¹

Correo electrónico: dvelazquezru@uaemex.mx,

Adscripción: Universidad Autónoma del Estado de México,
México

Isaac Charbel Pérez Yunis ¹²

Correo electrónico: icperez@uc.edu.ve,

Adscripción: FACES Universidad de Carabobo, Valencia,
Carabobo, Venezuela

Resumen: Este artículo tiene como objetivo analizar críticamente la validez y legitimidad del conocimiento en las ciencias empresariales en un contexto marcado por la digitalización, la inteligencia artificial y la sobreabundancia de información. El estudio se desarrolló bajo un enfoque cualitativo interpretativo, sustentado en el realismo crítico y el pragmatismo reflexivo. Se aplicó un diseño exploratorio documental

¹¹ ADEN University Panamá, Asociación Internacional de Artistas Visuales IAVA, Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología, Cátedra UNESCO UNEIR "Universidad e Inteligencia Regional", Gobierno del Estado de México, Instituto de Estudios Universitarios, Seminario Interdisciplinario en Arte y Diseño, Universidad Autónoma del Estado de México, Universidad Pedagógica Experimental Libertador Instituto Pedagógico de Caracas, Universidad de Carabobo, Universidad de Palermo ID ORCID: [0000-0003-3584-2534](https://orcid.org/0000-0003-3584-2534)

¹² Abogado, Licenciado en Relaciones Industriales, Ingeniero en Procesos Industriales, Magister en Administración de Empresas, Magister en Ciencia Política y Administración Pública, Doctor en Gerencia, Doctor en Derecho, Postdoctor en Ciencias Administrativas y Gerenciales, Postdoctor en Administración de Justicia y Derechos Humanos, Postdoctor en Tecnologías Disruptivas e Inteligencia Artificial, Profesor de pregrado y postgrado UC e investigador del centro de investigación y desarrollo de la pequeña y mediana empresa y la microempresa del Estado Carabobo (CIDPyMESMicro) adscrita a la FaCES UC [0000-0002-8293-0118](https://orcid.org/0000-0002-8293-0118)

mediante revisión sistemática de literatura especializada, siguiendo criterios PRISMA adaptados, a partir de 47 fuentes publicadas entre 2018 y 2024. El análisis, basado en codificación abierta, agrupación temática y síntesis categorial, permitió identificar tres dimensiones clave. Los hallazgos muestran que la validez epistemológica exige coherencia metodológica y evidencia empírica; que la legitimidad social y organizacional depende de la aceptación ética, institucional y cultural; y que la integración transdisciplinar resulta necesaria para articular rigor científico con pertinencia social. Se concluye que una ciencia empresarial más sólida requiere conjugar validez, legitimidad y compromiso social.

Palabras clave: validez epistemológica, legitimidad del conocimiento, ciencias empresariales, conocimiento científico, investigación organizacional.

The dispute over the validity and legitimacy of scientific knowledge in business environments

Abstract: This article aims to critically analyze the validity and legitimacy of knowledge in business sciences within a context marked by digitalization, artificial intelligence, and information overload. The study was developed using an interpretive qualitative approach, grounded in critical realism and reflective pragmatism. An exploratory documentary design was applied through a systematic review of specialized literature, following adapted PRISMA criteria, based on 47 sources published between 2018 and 2024. The analysis, based on open coding, thematic grouping, and categorical synthesis, allowed for the identification of three key dimensions. The findings show that epistemological validity requires methodological coherence and empirical evidence; that social and organizational legitimacy depends on ethical, institutional, and cultural acceptance; and that transdisciplinary integration is necessary to articulate scientific rigor with social relevance. It is concluded that a more robust business science requires combining validity, legitimacy, and social commitment.

Keywords: epistemological validity, legitimacy of knowledge, business sciences, scientific knowledge, organizational research.

Keywords: management, public, regional, control, transparency.

Introducción

En un contexto donde la transformación digital, la inteligencia artificial y la presión por resultados inmediatos redefinen las dinámicas organizacionales y científicas, se vuelve urgente discutir la validez y legitimidad del conocimiento en las ciencias empresariales. La aceleración de los procesos de producción y consumo de información, sumada a la proliferación de discursos enmarcados en la posverdad, ha generado una atmósfera en la que el conocimiento riguroso corre el riesgo de ser sustituido por narrativas de alto impacto mediático, pero bajo sustento empírico. En este entorno, surgen interrogantes cruciales: ¿Qué se entiende por conocimiento científico en el campo empresarial? ¿Quién lo valida y bajo qué criterios? ¿Cómo se legitima su impacto ante la sociedad?

Tradicionalmente, las ciencias empresariales se construyeron sobre un enfoque positivista orientado a la medición, predicción y eficiencia. Sin embargo, los desafíos contemporáneos exigen una mirada más compleja e integradora, que articule no solo criterios de validez interna como la coherencia lógica, la replicabilidad o la fundamentación empírica, sino también la legitimidad externa, social y ética del conocimiento producido (Sandoval-Hernández, 2022; Cruz & Pérez-Saavedra, 2025). Tal doble exigencia obliga a repensar las prácticas académicas, especialmente cuando muchas organizaciones producen saberes que circulan masivamente sin haber sido validados por pares, ni sometidos a procesos de revisión científica (Flyvbjerg, 2020; Gibbons, 2020).

De hecho, asistimos al auge de una “economía simbólica del conocimiento” donde la reputación, la visibilidad y la utilidad pragmática muchas veces sustituyen la rigurosidad y la solidez teórica (Alvesson & Sandberg, 2021). Esta situación ha derivado en fenómenos como la pseudociencia organizacional, la fragmentación disciplinar y la autorreferencialidad institucional, que comprometen no solo la calidad de los hallazgos, sino también su pertinencia y credibilidad social.

El presente artículo tiene como objetivo contribuir a una discusión crítica y propositiva sobre los fundamentos epistemológicos del conocimiento empresarial, partiendo de la necesidad urgente de examinar cómo se construyen, validan y legitiman los saberes en este

campo, considerando los nuevos desafíos éticos, tecnológicos y sociales que atraviesan tanto la academia como el entorno organizacional. La intención por tanto es visibilizar no solo los actores involucrados, sino también los dilemas metodológicos y epistemológicos que hoy requieren un abordaje más dialógico y contextualizado, a fin de proponer una mirada integral.

Materiales y Métodos

Este trabajo se enmarca en un enfoque cualitativo interpretativo, sustentado epistemológicamente en el realismo crítico y el pragmatismo reflexivo, lo que permite comprender la producción de conocimiento empresarial como un fenómeno complejo, en el que interactúan dimensiones epistemológicas, sociales y organizacionales, evitando asumir una neutralidad absoluta de la investigación. El estudio emplea un diseño exploratorio documental, cuyo propósito es interpretar críticamente los fundamentos epistemológicos, así como los procesos de validación y legitimación que las atraviesan.

La técnica principal utilizada fue la revisión de literatura sistemática especializada, guiada por los criterios PRISMA adaptados a estudios cualitativos, la búsqueda se realizó en bases académicas empleando palabras clave y priorizando textos publicados entre 2018 y 2024 aunque se incluyeron también algunos documentos clave previos dada su relevancia temática. De un total de 143 registros iniciales, tras aplicar el criterio de pertinencia temática, calidad editorial y disponibilidad, se seleccionaron 43 documentos para análisis a profundidad, en este sentido el procedimiento siguió tres momentos: 1º. la codificación abierta (identificación de conceptos como validez, legitimidad, transdisciplinariedad, etc.), 2do. La agrupación temática por recurrencias en la literatura y 3ro. la síntesis de categorías en donde se delimitaron tres dimensiones analíticas estructurantes de la búsqueda de resultados, cuyas fueron los criterios de validez epistemológica, los mecanismos de legitimación social y organizacional y los principios para la integración transdisciplinaria del conocimiento.

Posteriormente el análisis se orientó desde un enfoque hermenéutico posibilitando la interpretación de los diversos discursos y coadyudando a que las dimensiones no fueran impuestas a priori, sino que emergieran del diálogo entre la teoría y los hallazgos

empíricos de la literatura consultada.

Este enfoque metodológico se justifica por la naturaleza compleja y multidimensional del objeto de estudio, que exige comprender no solo los discursos y normas académicas, sino también las dinámicas sociotécnicas y culturales en las que se inserta el conocimiento empresarial contemporáneo. Tal como afirman Hidalgo (2021) y Sandoval-Hernández (2022): en el análisis de la ciencia como práctica social, resulta clave integrar la perspectiva ética, contextual e institucional.

Por su parte, dentro de los resultados y hallazgos de la revisión sistemática se ubicaron tendencias clave en la discusión sobre la validez y la legitimidad del conocimiento en las ciencias empresariales a continuación enlistados:

A. Criterios de validez epistemológica

Se reafirma la importancia de la coherencia lógica, la replicabilidad y la evidencia empírica como fundamentos básicos del conocimiento científico (Hernández et al., 2018; Pardo Novoa, 2011). Sin embargo, la literatura reciente advierte que la validez no equivale a verdad absoluta, sino a un proceso argumentativo sujeto a debate y revisión (Flores Jiménez et al., 2013).

B. Mecanismos de legitimación social y organizacional

La legitimidad del conocimiento se relaciona con su aceptación social, institucional y ética (Cabrera-Flores et al., 2017; Acosta Silva, 2021). Autores como Cruz y Pérez-Saavedra (2025) muestran que la legitimación es gradual, construida en la interacción entre comunidades académicas, sector empresarial y sociedad civil. También se resalta el riesgo de pseudociencia organizacional, cuando la legitimidad se apoya más en la reputación o en la visibilidad digital que en la validez empírica (Hidalgo, 2021; Alvesson & Sandberg, 2021).

C. Principios para una integración transdisciplinar del conocimiento

La literatura subraya la urgencia de superar la fragmentación disciplinar mediante enfoques plurales y transdisciplinarios (Gibbons, 2020; Sandoval-Hernández, 2022). Se valoran nuevas formas de

conocimiento, como el tácito, experiencial y situado, siempre que sean sistematizados y contrastados (Zapata & Gómez, 2018; Flyvbjerg, 2020).

En conjunto, estos hallazgos muestran que la discusión actual no se limita a criterios técnicos de validez, sino que involucra también la construcción de confianza social, la pertinencia ética y la capacidad de integrar saberes diversos en entornos de alta complejidad.

Ecosistema del conocimiento científico en el entorno empresarial

Las ciencias empresariales han evolucionado desde una perspectiva centrada en el positivismo y la eficiencia organizacional, hacia enfoques más abiertos e integradores. La validez del conocimiento ya no se limita a la replicabilidad o medición, sino que considera la coherencia teórica, la pertinencia contextual y la reflexividad del investigador. De igual modo, la legitimidad va más allá del prestigio institucional y se construye a través de procesos sociales, éticos y comunicativos.

Diversos actores intervienen en la producción y validación del conocimiento: universidades, organismos evaluadores, empresas, comunidades locales, revistas científicas, plataformas digitales y agencias de financiamiento. Cada uno aporta criterios, intereses y visiones que pueden converger o entrar en tensión. Esta pluralidad obliga a reconsiderar el modelo tradicional de ciencia y abrirse a modelos más dialógicos y contextuales.

Actores y procesos en la definición del conocimiento científico

El conocimiento científico se define colectivamente. No es obra de un único individuo, sino del entramado de instituciones y personas que producen y evalúan la investigación. Los principales actores involucrados son:

- Comunidades académicas y científicas: investigadores universitarios y grupos de estudio que generan teorías y datos, discuten resultados en congresos y publican en revistas especializadas. Estas comunidades establecen los estándares (paradigmas, metodologías, códigos de ética) que determinan

cuándo una propuesta es válida

- Instituciones de educación superior y centros de investigación: otorgan recursos, infraestructura y autonomía para la investigación. A través de sus comités internos (Consejos de Carrera, comités académicos) y políticas de calidad, contribuyen a validar el conocimiento producido.
- Agencias de financiamiento y gobiernos: influyen en la investigación al definir agendas prioritarias (por ejemplo, áreas estratégicas de innovación o desarrollo) y exigir resultados medibles. Acosta Silva (2021) ilustra que existe tensión entre la legitimidad científica, basada en la autonomía y el rigor académico, y la legitimidad política, que enfatiza la alineación con la agenda estatal y los resultados (por ej., patentes o publicaciones indexadas)
- Empresas y sector privado: demandan y aplican conocimiento científico a problemas reales de mercado. Aportan financiamiento (I+D empresarial), casos de estudio y validación práctica; su participación evita que el conocimiento sea endógeno, pues lo confronta con la realidad del mundo de los negocios.
- Sociedad civil y público general: aunque en menor medida directa, los valores, necesidades sociales y éticas de la comunidad influyen en lo que se considera conocimiento relevante o aceptable. Como observa Pardo Novoa (2011), la legitimación del conocimiento es “un proceso gradual, efectuado por la sociedad” a partir de sus valores históricos. Las instituciones científicas dependen en última instancia de la confianza social (por ejemplo, apoyo a la investigación pública, reconocimiento profesional).

En conjunto, esto muestra que quien define el conocimiento científico es una red de actores: los propios científicos (comunidad de pares) establecen la validez interna, mientras que las organizaciones académicas, los entes reguladores y la sociedad civil forman parte del proceso de legitimación externa. La filosofía de la ciencia contemporánea reconoce esta dimensión social: la ciencia se entiende como “un sistema social de construcción argumentada de conocimiento válido” (en línea con Kuhn y Driver) donde el consenso

de la comunidad y la validez empírica son claves.

Validación metodológica y epistemológica

En el contexto actual de las ciencias empresariales, la validación del conocimiento enfrenta tensiones paradigmáticas derivadas de la pluralidad epistemológica. A diferencia de épocas anteriores, en las que predominaba una visión positivista y cuantitativa del saber organizacional, hoy se reconoce la coexistencia de múltiples perspectivas -cuantitativas, cualitativas, críticas, constructivistas, interpretativas y pragmáticas- que requieren mecanismos de validación más flexibles, coherentes y situados (Sandoval-Hernández, 2022).

Uno de los principales dilemas epistemológicos contemporáneos radica en la integración de enfoques cuantitativos y cualitativos dentro de investigaciones con métodos mixtos. Esta complementariedad metodológica, lejos de ser contradictoria, puede enriquecer la comprensión de fenómenos organizacionales complejos siempre que se sostenga sobre una base epistemológica coherente. Paradigmas como el realismo crítico o el pragmatismo metodológico ofrecen fundamentos filosóficos sólidos para legitimar la integración, al considerar que la realidad puede ser abordada desde diferentes niveles ontológicos y perspectivas interpretativas (Flyvbjerg, 2020; Hidalgo, 2021).

Otro aspecto central en la validación epistemológica es el reconocimiento del rol del investigador como sujeto involucrado. Lejos de ser un observador neutral, la investigadora o el investigador en ciencias empresariales asume una posición activa: interpreta, interviene y construye sentido en interacción con los actores organizacionales. Esta reflexividad metodológica implica aceptar la subjetividad como parte del proceso investigativo, asumiendo la responsabilidad ética de mantener rigurosidad sin ocultar la dimensión interpretativa (Sandoval-Hernández, 2022). Así, se plantea una validación intersubjetiva, en la que el conocimiento no solo es replicable o medible, sino también comprensible, argumentado y consensuado por comunidades científicas y profesionales.

Adicionalmente, se presenta el desafío de validar formas de conocimiento no tradicional, como el conocimiento tácito, experiencial

u operativo que no necesariamente circula por canales académicos formales. En organizaciones, estos saberes son fundamentales para la innovación, la resolución de problemas o la gestión del cambio. No obstante, su legitimación científica requiere procesos de sistematización, estudios de caso, narrativas de experiencia o metodologías participativas que permitan documentarlos, analizarlos y traducirlos en conocimiento transferible y útil (Alvesson & Sandberg, 2021).

Finalmente, es necesario resaltar que la validación en ciencias empresariales debe asumir una lógica plural: articulando evidencia empírica, coherencia teórica, pertinencia contextual, reflexividad crítica e impacto social. Este enfoque complejo no niega la necesidad de criterios rigurosos, pero exige ampliar la concepción tradicional de ciencia para responder a la complejidad del entorno empresarial actual. Así lo expresa Gibbons (2020), al señalar que la producción de conocimiento debe ser reflexiva, contextualizada y socialmente robusta, más allá de los criterios tradicionales de verificación.

Construcción de legitimidad organizacional del conocimiento.

En el ámbito de las ciencias empresariales, la construcción de legitimidad del conocimiento no se limita a criterios estrictamente científicos, sino que implica procesos organizacionales, simbólicos y sociales que otorgan credibilidad a los saberes producidos en contextos empresariales. Si bien la validez es definida en gran parte por la comunidad científica mediante criterios como la coherencia metodológica y la fundamentación teórica, la legitimidad requiere que dicho conocimiento sea percibido como pertinente, ético y útil tanto dentro como fuera de los círculos académicos (Alvesson & Sandberg, 2021).

Las organizaciones construyen esta legitimidad a través de múltiples mecanismos, tanto formales como informales. En primer lugar, mediante la adopción de estándares internacionales, certificaciones (como ISO, EFQM o normas técnicas sectoriales) y metodologías de gestión de la calidad en I+D, se emite una señal externa de compromiso con buenas prácticas y rigor técnico. En segundo lugar, la divulgación de resultados en medios científicos, técnicos o en plataformas de innovación abierta permite someter el

conocimiento al escrutinio de expertos y fortalecer su credibilidad en redes amplias de intercambio (Cruz & Pérez-Saavedra, 2025).

Un aspecto cada vez más relevante en la legitimidad contemporánea es la legitimidad informal, que se construye mediante la reputación digital, la coherencia entre el discurso institucional y las prácticas internas, y la participación activa en redes colaborativas. Elementos como la transparencia organizacional, el respeto a la ética empresarial y la apertura a procesos de cocreación generan confianza social, consolidando una percepción positiva del conocimiento que produce la organización. Esta dimensión reputacional, aunque más intangible, tiene efectos directos sobre la percepción de legitimidad y la sostenibilidad institucional (Gibbons, 2020).

Sin embargo, cuando este proceso de legitimación se desvincula de la validación científica rigurosa, emergen riesgos como la proliferación de pseudociencia organizacional. En muchos casos, empresas o consultores promueven discursos basados en creencias infundadas - como neuromitos, enfoques de liderazgo no verificados o modelos de gestión sin evidencia empírica- que, aunque atractivos, carecen de sustento verificable. Estos discursos, difundidos por redes sociales o seminarios motivacionales, pueden gozar de aceptación momentánea, pero erosionan la credibilidad institucional a largo plazo y afectan negativamente la toma de decisiones estratégicas (Hidalgo, 2021; Sandoval-Hernández, 2022).

Por lo tanto, las organizaciones deben asumir una responsabilidad epistémica al producir o incorporar conocimiento: distinguir entre lo simbólico y lo validado, someter sus prácticas a revisión externa y articular evidencia con sentido ético. Solo así podrán construir una legitimidad sólida, capaz de sostenerse frente a las demandas del entorno y de contribuir auténticamente al ecosistema del conocimiento empresarial. El apartado anterior se resume en la siguiente tabla:

Tabla 1. Comparación entre validez y legitimidad del conocimiento científico en ciencias empresariales.

Comparación entre validez y legitimidad del conocimiento en ciencias empresariales		
Criterio	Validez Epistemológica	Legitimidad Social y Organizacional

Definición	Coherencia lógica y metodológica del conocimiento producido	Aceptación del conocimiento por actores sociales, políticos o del mercado
Fundamento Principal	Rigor metodológico, evidencia empírica	Relevancia, utilidad práctica, alineación ética y valor social
Actores Principales	Comunicación académica, pares evaluadores, comités ciegos	Empresas, medios, redes, consumidores o comunidades locales
Instrumentos de Evaluación	Revisión por pares, impactos, contrastación empírica	Análisis de la percepción, diagnósticos de aceptación y/o rechazo
Riesgos si no se cumple	Producción de pseudociencia, invalidez académica, falta de replicabilidad	Rechazo social, pérdida de confianza, afectada legitimidad pública
Ejemplo Organizacional	Publicación en revista indexada con doble revisión ciega	Campaña empresarial con impacto social medible

Elaboración propia.

Hacia un conocimiento empresarial integrador y no endógeno

La ciencia empresarial enfrenta hoy el reto de superar visiones fragmentadas y autorreferenciales, y avanzar hacia una construcción del conocimiento que sea verdaderamente integradora, crítica y transcontextual. En este sentido, el conocimiento no debe limitarse a la integración disciplinar tradicional (como economía, sociología o psicología organizacional), sino también abrirse a saberes situados, provenientes de prácticas locales, experiencias organizacionales, valores culturales y contextos tecnológicos emergentes (Sandoval-Hernández, 2022).

Este conocimiento integrador implica no solo la convergencia de enfoques cuantitativos y cualitativos, sino también el reconocimiento del valor de los conocimientos tácitos, populares e indígenas, muchas veces excluidos de las estructuras formales de validación académica. Como señala Flyvbjerg (2020), la ciencia social aplicada debe anclarse en la vida real para ser útil, y esto exige una apertura epistémica hacia diversas formas de racionalidad y sentido. Así, conceptos como liderazgo, innovación o sostenibilidad deben ser reinterpretados no solo desde los marcos teóricos, sino también desde sus impactos sociales, éticos y culturales en contextos específicos.

Un factor clave para evitar el riesgo de endogenia institucional, es

decir, la producción de conocimiento que solo circula, se valida y se reconoce dentro de los mismos círculos académicos o empresariales, es fomentar redes de co-creación de saberes con múltiples actores. Esto incluye a universidades, centros de investigación, empresas, gobiernos, organizaciones de la sociedad civil, comunidades locales y redes internacionales. Estas alianzas permiten someter el conocimiento a pruebas de relevancia práctica, legitimidad ética y aplicabilidad técnica en entornos diversos (Gibbons, 2020; Cruz & Pérez-Saavedra, 2025).

Desde esta perspectiva, la investigación empresarial debe guiarse por principios de transdisciplinariedad y transcontextualidad, entendidas no solo como fusiones metodológicas, sino como actitudes epistemológicas que reconocen la incompletitud del conocimiento científico y la necesidad de diálogo con otras formas de saber. Este giro implica abandonar el paradigma lineal de producción de conocimiento (desde la teoría hacia la aplicación) y abrazar modelos de investigación colaborativa, donde el problema social es el punto de partida y el conocimiento se construye de forma dinámica, situada y compartida (Alvesson & Sandberg, 2021).

En suma, un conocimiento empresarial integrador no solo debe ser científicamente válido, sino también socialmente legítimo, éticamente comprometido y culturalmente pertinente. Este tipo de conocimiento puede desempeñar un papel transformador en las organizaciones y en la sociedad, siempre que mantenga una vocación crítica, reflexiva y abierta a la pluralidad epistémica. Así, se transita desde un saber instrumental hacia un conocimiento verdaderamente significativo.

Discusión

Los hallazgos de la revisión sistemática indican que la problemática de la validez y la legitimidad del conocimiento en las ciencias empresariales debe entenderse como un fenómeno relacional y multidimensional, la emergencia de las tres dimensiones descritas en el apartado de materiales y métodos muestran que la producción científica en el campo de las ciencias empresariales ya no puede solo reducirse a criterios técnicos aislados como lo representan la replicabilidad, coherencia lógica y la evidencia empírica, sino que de manera fundamental y en igualdad de importancia, atenderse la necesidad de articulación con el reconocimiento social-ético, de modo

que el conocimiento sea simultáneamente sólido desde el rigor metodológico como pertinente, aceptable y responsable desde el punto de vista socio-organizacional.

El significado de los resultados muestra de manera práctica la obligación para repensar los procesos de evaluación científica como lo significan la revisión por pares, los estándares institucionales entre otros, incorporándose indicadores de pertinencia social y mecanismos que eviten una validación exclusiva de datos visibles y reputación digital, mecanismos que socavan la representación de intereses diversos y conocimientos integrados, los cuales representen modos más equitativos e inclusivos en la generación del conocimiento.

Dentro de las líneas de atención posibles en el presente estudio cabe espacio para la suma de estudios empíricos con el uso de otros instrumentos de investigación como entrevistas u estudios de caso, pues como se describe, la naturaleza temática consideró una revisión sistemática y hermenéutico de la literatura consultada, al respecto señalar que si bien la delimitación citada no invalida el hallazgo si apertura instrumentos complementarios para operacionalizar las dimensiones propuestas.

Ahora bien, como aportes relevantes del estudio emerge lo siguiente:

El trabajo traduce una discusión amplia en tres dimensiones analíticas operativas, lo que apuntala hacia la aplicación en nuevos diseños de evaluación, ello desde la operacionalización temática de la tensión validez y legitimidad.

Se resalta la pseudociencia organizacional como un riesgo imperante por atender, señalándose e problema contemporáneo poco abordado de forma articulada en la literatura, es decir, responder al cómo la visibilidad puede simular validación.

La propuesta reconoce la necesidad de sistematizar y legitimar saberes no formales ampliando las nociones tradicionales de la evidencia, por tanto, apremia el énfasis en el conocimiento tácito y experiencial.

Frente el paradigma lineal que corresponde a la teoría y su aplicación, se hace un llamado a la consideración e implementación de marcos transdisciplinarios de evaluación, mismos que se configuren

con modelos de co-producción conectando academia, empresa y sociedad civil.

Ahora bien, al confrontar los resultados con la bibliografía revisada se observan ciertas coincidencias y tensiones destacables, en un primer caso, se coincide con Hernández et al. (2018) y Pardo Novoa (2011) en que la coherencia metodológica y la evidencia empírica siguen siendo pilares de la validez, así como con lo que señalan Cabrera-Flores et al. (2017) y Acosta Silva (2021) en la idea de que la legitimación es un proceso social e institucional, construido gradualmente, no obstante, aunque no se trata de una contradicción directa, la discusión de los resultados respecto a Flores Jiménez et al. (2013), sí muestra una tensión entre un enfoque más positivista que prioriza la medición y la replicabilidad como criterios dominantes con la postura integradora propuesta en el presente documento, el cual admite la legitimidad social y la reflexividad como condiciones necesarias, además de la inclusión de indicadores reputacionales o de pertinencia social; a su vez, la literatura consultada muestra por tanto, debates aun no resueltos sobre cómo equilibrar esos criterios sin diluir el rigor científico.

En síntesis, el estudio se confirma como una discusión que aporta una crítica para la identificación de puntos de encuentro y fricciones teóricas que requieren de investigación empírica, dando lugar a estudios de caso organizacionales (etnografías), desarrollos mixtos de indicadores (epistémicos y sociales) e investigaciones participativas con actores sociales y empresariales.

En suma, la discusión reafirma que avanzar hacia una ciencia empresarial robusta exige no solo mantener estándares metodológicos, sino abrir la validación a diálogos intersectoriales que garanticen pertinencia, responsabilidad ética y capacidad transformadora.

Conclusiones

En el escenario contemporáneo, marcado por la digitalización, la inteligencia artificial y la sobreabundancia de discursos, repensar la validez y legitimidad del conocimiento en las ciencias empresariales no es una opción, sino una urgencia. La aparente democratización de la información ha traído consigo una fragilidad epistemológica, donde

los criterios científicos pueden ser desplazados por métricas de visibilidad, velocidad o impacto emocional. En este contexto, el conocimiento empresarial debe reivindicar su carácter científico sin desligarse de su dimensión social, ética y contextual.

La validez epistemológica, entendida como la coherencia entre teoría, método y evidencia, continúa siendo un pilar ineludible. Sin embargo, como ha sido expuesto, dicha validez debe complementarse con la legitimidad social, que otorga sentido y pertinencia al conocimiento producido. Las organizaciones, universidades y comunidades académicas no pueden asumir que la validación interna basta: es el diálogo con actores externos (gobiernos, sociedad civil, empresas, culturas locales) lo que convierte al conocimiento en un bien colectivo, capaz de incidir en los problemas reales.

Por otra parte, se ha advertido el riesgo de la autorreferencialidad institucional, donde las universidades o centros de investigación validan saberes exclusivamente bajo lógicas internas, desconectándose de su vocación transformadora. Esta endogenia epistémica limita la innovación, reduce la diversidad teórica y metodológica, y transforma la ciencia en un ejercicio de autoafirmación. Superar este riesgo requiere apertura a saberes transdisciplinarios y transcontextuales, participación activa de múltiples actores y una actitud de reflexividad crítica permanente.

En el ámbito organizacional, la legitimidad del conocimiento no se construye únicamente mediante certificaciones formales, sino también por medio de factores intangibles como la reputación digital, la coherencia ética, la participación en procesos de innovación abierta y la capacidad de escucha social. El contraste con las pseudociencias organizacionales (discursos motivacionales sin sustento, neuromitos, modas sin validación empírica), refuerza la necesidad de distinguir entre el saber riguroso y el consumo simbólico de conceptos vacíos.

Finalmente, se proponen a continuación las siguientes recomendaciones:

- Fortalecer la formación epistemológica y ética de investigadores en ciencias empresariales, promoviendo una conciencia crítica sobre la construcción del conocimiento.
- Diseñar modelos de validación del conocimiento que integren

criterios científicos, sociales y culturales, incorporando la voz de actores externos.

- Fomentar redes de investigación transdisciplinaria e interinstitucional, que favorezcan el diálogo entre la academia, las empresas, las comunidades y los sectores públicos.
- Promover espacios editoriales abiertos y exigentes, que no se limiten a métricas de impacto, sino que valoren la pertinencia social del conocimiento, e
- Incentivar prácticas organizacionales basadas en evidencia, distinguiendo entre saberes rigurosos y narrativas no validadas, con mecanismos claros de revisión, transparencia y rendición de cuentas.

Con ello, se reafirma que el conocimiento científico en ciencias empresariales debe trascender su utilidad técnica para convertirse en un instrumento de comprensión, transformación y justicia social. Solo desde esa vocación integradora será posible construir saberes válidos, legítimos y sostenibles.

Referencias

- Acosta Silva, A. (2021, 12 de mayo). *Legitimidad y producción científica en las universidades públicas*. Observatorio de las Ciencias Sociales.
<https://observatorio.investigacionsocial.org/legitimidad-cientifica/>
- Alvesson, M., & Sandberg, J. (2021). Re-imagining the relevance of management research. *Academy of Management Learning & Education*, 20(2), 141–156.
<https://doi.org/10.5465/amle.2019.0250>
- Cabrera-Flores, M., López Leyva, S., & Serrano Santoyo, A. (2017). Relevancia, pertinencia y socialización del conocimiento: ¿Cómo contribuyen los investigadores a la innovación de Ensenada, México? *Investigaciones Regionales*, 37, 31-53.
- Cruz, J. E., & Pérez-Saavedra, M. (2025). Legitimación de las representaciones científicas del objeto de estudio. *Educación y Vida Sostenible (EVSOS)*, 3(4), 71-88.

<https://doi.org/10.57175/evsos.v3i4.257>

- Flores Jiménez, I., Flores Jiménez, R., & Aguilar Lugo Marino, J. (2013). *La teoría del conocimiento y la epistemología de la administración*. Boletín Tlahuelilpan, (1).
- Flyvbjerg, B. (2020). The value of case study research. *Journal of Management Studies*, 57(6), 1201–1210. <https://doi.org/10.1111/joms.12585>
- Gibbons, M. (2020). *The New Production of Knowledge: The dynamics of science and research in contemporary societies*. Sage.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2018). *Metodología de la investigación* (6ª ed.). McGraw-Hill Education.
- Hidalgo, C. A. (2021). *How humans judge machines*. MIT Press.
- Pardo Novoa, A. (2011). Validación y legitimación de la investigación en educación y pedagogía. *Praxis & Saber*, 2(4), 45-59.
- Rorty, R. (2019). *Philosophy and the Mirror of Nature*. Princeton University Press.
- Sandoval-Hernández, A. (2022). The ethics of knowledge: Beyond positivist paradigms in social sciences. *Ethics in Education Research*, 4(1), 33–51. <https://doi.org/10.1016/j.eer.2022.01.005>
- Vásquez Barquero, A. (2019). *Epistemología de la investigación científica*. Universidad Nacional.
- Zapata, F., & Gómez, C. (2018). Conocimiento tácito y organizaciones inteligentes. *Revista Gestión y Sociedad*, 8(2), 54–73.

