



INNOVACIÓN EN LAS ORGANIZACIONES COMO MECANISMO DE APREHENDIZAJE Y DE CREACIÓN DE CONOCIMIENTO

(INNOVATION IN ORGANIZATIONS AS AN APPREHENDING KNOWLEDGE
CREATION MECHANISM)

Mónica Lucrecia Bracho Villalobos

brachomonica28@gmail.com

 <https://orcid.org/0000-0002-1306-8763>

Instituto Médico Quirúrgico Hernias, S.A. Venezuela

Como citar: Bracho, Mónica (2022) Innovación en las organizaciones como mecanismo de aprehendizaje y de creación de conocimiento. CICAG: Revista Electrónica Arbitrada del Centro de Ciencias Administrativas y Gerenciales, 19(1), Venezuela. (Pp.32-48)

RESUMEN

La innovación en las organizaciones fundamenta la creación del conocimiento utilizando el aprehendizaje como eje de formación empresarial que modela lo captado cognitivamente para construir realidades productivas. Además, la reciprocidad entre la cultura organizacional y el acto innovador se convierte en una estrategia clave para dinamizar las ventajas competitivas conllevando a la empresa en la directriz cónsona de asegurar una mejor posición en los mercados con altos rendimientos financieros y la sostenibilidad del negocio. La estrategia empresarial presente en la gestión del conocimiento, genera el valor competitivo y productivo, ello se realiza debido a la aplicación del aprehendizaje como vía para estimular el ingenio empresarial. Por otra parte, las competencias actitudinales, comunicacionales e interactivas, son atributos organizativos que promueven el emprendimiento e innovación en lo referente a desarrollar productos o servicios cónsonos a resolver los problemas sociales. En definitiva, la comprensión sinérgica entre la innovación y la cultura organizacional, potencian la creación del conocimiento, utilizando el aprehendizaje como un medio vinculante para estimular y socializar las capacidades innovativas direccionadas a desarrollar productos o servicios identificados con satisfacer las necesidades de la sociedad.



Palabras clave: Innovación en las organizaciones, Aprehendizaje, Cultura organizacional.

ABSTRACT

Innovation in organizations is based on the creation of knowledge using learning as the axis of business training that models what is cognitively captured to build productive realities. Moreover, the reciprocity between the organizational culture and the innovative act becomes a key strategy to dynamize the competitive advantages, leading the company in the congruent guideline to ensure a better position in the markets with high financial returns and business sustainability. The business strategy present in knowledge management generates competitive and productive value, which is realized due to the application of learning as a way to stimulate business ingenuity. On the other hand, attitudinal, communicational and interactive competencies are organizational attributes that promote entrepreneurship and innovation in terms of developing products or services in line with solving social problems. In short, the synergistic understanding between innovation and organizational culture enhances the creation of knowledge, using learning as a binding means to stimulate and socialize innovative capabilities aimed at developing products or services identified with satisfying the needs of society.

Keywords: Innovation in organizations, Apprenticeship, Organizational culture.

INTRODUCCIÓN

La globalización impulsa a la red productiva a enfrentar procesos complejos que incorporan aspectos sobre el manejo del conocimiento, creatividad, innovación para el desarrollo sistémico gerencial, con progreso de capacidades desde el aprehendizaje corporativo. Por ello, las organizaciones actualmente muestran una robusta estructura de gestión en innovación donde la competitividad y la productividad son el resultado empresarial sostenible. Estas percepciones enrumban la gestión empresarial a convivir con los cambios del entorno e invita a visualizar nuevos procedimientos corporativos.

Adicionalmente, las empresas buscando la transformación de sus estructuras operativas activan medios vinculantes donde el aprehendizaje contextualiza la innovación como una estrategia que permite enlazar el quehacer empresarial con las ventajas competitivas, el acoplamiento con acciones corporativa-educativa sitúa a la empresa como una entidad con enfoque abierto para observar las oportunidades existentes en el contexto del mercado.



En tal sentido, la innovación integrada a una acción aprehensible se convierte en un horizonte estratégico de mucho peso, para concebir las dinámicas productivas del negocio con respecto a los cambios presentes en el entorno, y posibilitar un estatus competitivo en el futuro. Coyunturalmente, el aprehender asimilando cognitivamente las operaciones con esta visión estratégica, se vigorizan las competencias actitudinales creativas e intelectuales individuales, así como colectivas, incorporando ideas ingeniosas con las cuales se obtienen proyectos innovadores que procuran satisfacer necesidades, así como demandas humanas con el merecido reconocimiento de los clientes, competencia, mercado en general al posicionarse en un sitio importante con productos competitivos.

Lo mencionado en el párrafo precedente conceptualiza al proceso innovador como un fundamento que conceptualiza la planificación estratégica de las organizaciones para visualizar escenarios con ventajas competitivas aplicando una gestión cohesionada con el proceder del entorno empresarial compartido. Por tanto, Landazury, Jaafar, Cristofani y Canales (2018 p.16) estiman que:

“la actividad de innovación y la filosofía del cambio debe ser transversal en los diferentes procesos que implican y dimensionan a las organizaciones, (...) ello implica una visión estratégica de la organización que permita la fluidez de los principios de la re-inención en la estructura y la cultura organizacional.

Al respecto, los autores consultados perciben la innovación como una entidad con vida relacionada con la cultura organizacional, la cual propende contextualizar valores y creencias en personas con distintas percepciones de su realidad. Integrar colectivamente estos pareceres se realiza asentado las bases del aprehendizaje cuya sinergia facilita el compartir una cultura organizacional diáfana concebida para estimular la creatividad en los colaboradores empresariales.

El complemento del ejercicio cultural organizativo uniéndolo con la acción innovadora se configura compilando los pensamientos ingeniosos, las interacciones subjetivas que al juntarlas con otras subjetividades se tienen conjuntos de ideas, nociones para crear conocimiento productivo, el cual desarrolla innovaciones con una gestión organizacional cuya direccionalidad se afianza para fabricar productos o servicios satisfacen las necesidades humanas.

En síntesis, el presente escrito explica la forma como las innovaciones en las organizaciones aplican el aprehendizaje como medio de formación dinámica empresarial para estimular el pensar creador en personas involucradas con la organización desde la consciencia y responsabilidad. Así mismo, se exponen los



argumentos que conceptualizan la creación del conocimiento en una empresa cuya cultura organizacional instituye sus semánticas para construir sapiencias en innovaciones empresariales.

FUNDAMENTACIÓN TEORICA

Innovación en las organizaciones

Arocha (2016), aborda la innovación reservándolo a los productos conocidos y validos en las organizaciones, por lo tanto reflexiona en una actitud de vida, por lo tanto, es vista como técnicas o métodos a ser aplicados por los gerentes de negocios, para estimular tanto la imaginación creadora como el talento genial para producir nuevas ideas.

Es así como la definición más aproximada a la realidad en los procesos de innovación tiene que ver con la capacidad gerencial para estar atentos a los cambios, transformaciones, desarrollo tecnológico, progreso, conocer el mercado, atender la demanda en clientes y ofrecer nuevos productos competitivos, incentivando los valores para introducir modificaciones para perdurar como negocio.

El modelo de innovación organizacional se traduce, según Landazury y Ferrer (2016), en el acogimiento de ideas o comportamientos novedosos en las empresas, lo cual posibilita dentro de su ambiente, el desarrollo o gestación de ideas en la organización que modifican el entorno organizacional de los trabajadores en lo que se refiere a la forma de trabajo de los empleados, el impacto en su cultura organizacional, además, la agilización de los procesos que denotan una ventaja positiva en el cumplimiento de tiempos, así como la contribución a la eficiencia y la eficacia de la organización

En las organizaciones, hoy en día, la innovación forma una parte crucial para la obtención de ventajas en el mercado sobre los competidores; es aquella forma de interactuar de manera distinta en el mercado con el fin de ofrecer productos o servicios diferenciadores, en el caso descrito, hasta capacidades diferentes en el recurso humano de la empresa, por medio de la gestión de ambientes propicios para la gestación de ideas por parte de los empleados que coadyuven a la empresa, no solo a ofrecer bienes o servicios innovadores, sino a marcar una singularidad en el mercado, donde la competencia queda irrelevante frente a la implementación de nuevos procesos de la empresa



Para Da Costa, Páez, Sánchez, Gondim y Rodríguez (2014), la innovación se refiere a un resultado que se manifiesta en nuevos procesos de trabajo, procedimientos, productos y servicios. Así, cuando se dice que una idea es creativa se ha dado un proceso de elaboración original y cuando se plantea que una idea es innovadora, se está haciendo referencia al producto que resulta de dicho proceso. Pero un producto puede ser innovador sin ser creativo, cuando una organización reproduce la metodología de trabajo de otra, en este caso la innovación es consecuencia de un proceso creativo que tuvo lugar en otro contexto de producción

El Aprehendizaje como fuente cognitiva en la generación de capacidad organizacional y conocimientos colectivos.

El aprender y aprehender son procesos cognitivos complementarios, el primero permite la adquisición del conocimiento aplicando empíricamente el estudio o la enseñanza educacional, mientras que el segundo es interactuar o percibir el medio ambiental; se usa aprehender en el sentido de asimilar, comprender el conocimiento significativo. A lo explicado se añade el origen en ambos vocablos, estos tienen la misma raíz etimológica proceden del latín *aprehendere* cuyo significado es atrapar (Menchén, 2018 p.51).

En esta forma, el aprehendizaje es concebido con la actuación del ser cognoscente en su relación con el entorno, comprendiendo interactivamente como los conocimientos adquiridos fluyen para captar nuevas significaciones e implicaciones intelectuales y comunicacionales de las experiencias vivenciales asociadas con el contexto sociocultural compartido. En esta dirección, tanto el aprendizaje como el aprehendizaje son constructos necesarios para la formación del ser humano.

De allí que, la educación es esencialmente importante para la comprensión de los procesos cognitivos desde la enseñanza sistemática, al conllevar al desarrollo personal para la interacción con la sociedad, más aún, la educación en los actuales momentos adquiere mayor relevancia dada las profundas transformaciones, generadas en parte por el impetuoso avance en la ciencia y sus aplicaciones, así como por el acelerado desarrollo en tecnologías de información.

Para Menchén (2018 p.52) “el ser humano tiene la disposición de aprehender solo aquello que le encuentra sentido o lógica, en este caso, lo percibe conscientemente y lo agarra y conecta para hacerlo suyo”. Al respecto, el autor citado expresa la relación entre el ser consciente y el fenómeno contemplado,



manifestándose la integración cognitiva en saberes para crear realidades de vida. Por consiguiente, considera “Aprender el conocimiento esencial es tan importante como crear equilibrio entre pensar, sentir y actuar”, la cita expuesta modela una significación donde el equilibrio bio/psico/afectivo configura una creatividad sistémica inteligible para activar la capacidad humana organizacional.

Sobre este particular, el referido autor complementa su exposición al indicar que, las organizaciones articulan la creación del conocimiento desde un pensamiento sistémico, incisivo e ingenioso. Acoplar el aprehendizaje con el proceso innovador empresarial activa la comprensión del capital humano facilitando “el despertar de la curiosidad intelectual, donde un nuevo pensamiento sirve de catalizador, a partir del cual surgen nuevas ideas y, por lo tanto, aparecerán los hilos que componen la urdimbre del tejido creativo”

En el mismo orden de ideas, Villas (2020 p.193) explica que, la influencia del aprehendizaje implica un enlace con el atributo cognitivo del ser, este ejecuta acciones dinámicas con las cuales los elementos sinérgicamente existentes en la realidad caracterizada por tener cambios continuos, procura estimular la capacidad organizacional desde el proceder creativo.

Atendiendo las consideraciones anteriores, se trata de asimilar dinámicas fundamentadas en lo cognoscible e inteligible, donde las actitudes creativas concretan el hecho aprehensible como un camino sin restricciones estimulando la capacidad organizacional innovadora para generar un conocimiento significativo que comparece ante las realidades subjetivas e intersubjetivas vinculadas con las inteligencias comprensibles y recíprocas a configurar una interrelación “en aprehender lo real, y no solo impresiones o fenómenos”

En este contexto, la capacidad organizacional, constituye la fuerza impulsora para hacer innovación con competencias actitudinales, intelectuales científico-tecnológicas, personales y corporativas, basadas en un aprehendizaje empresarial favoreciendo justamente la creación e intercambio de conocimientos con los cuales se sistematiza la creatividad, el ingenio como gestión innovadora que afianza estratégicamente productividad con valoración competitiva.

La capacidad organizacional evoluciona aprehendiendo, según Ferrer (2018 p.3), con el accionar de los líderes corporativos, propiciando condiciones idóneas para que los colaboradores reunidos en los equipos de trabajo puedan interactuar con los cambios presentes en el entorno. La promoción entre los actores empresariales, optimiza las energías intelectuales, recursos económicos y tecnológicos. Lo descrito configura un clima organizacional ideal como aspecto clave para potenciar los procesos innovadores.



Por consiguiente, el aprehender constituye en las organizaciones una dinámica continua de aprehendizaje creativo entre el capital humano innovador, este se afianza en la contextualidad convergente intelectual para transformar la información recibida en conocimiento productivo. Al realizar el procesamiento descrito, la integralidad sistémica surge como un eje que impulsa la capacidad organizacional aprehensible unida con acciones innovadoras concurrentes a obtener productos o servicios tendentes a solucionar los problemas sociales y satisfacer las necesidades diversas cambiantes en consumidores.

Por otra parte, se suma la aguerrida competitividad generada por la globalización producto de los vertiginosos avances tecnológicos, que exige descubrir y activar las cualidades, competencias, habilidades, toda esa potencialidad subyacente en la esencia del ser, para transformar como hacer las cosas desde la creatividad e innovación logrando vivir con plenitud lo extraordinario.

Desde la perspectiva del liderazgo, la visión holística y la mente innovadora lidera e integra a todo el capital humano de la empresa para orientar las sinergias hacia el éxito, traducido en bienestar colectivo, productividad, procesos rentables continuos bajo un clima organizacional inspirador que incita a continuar generando valor al negocio desde la creatividad e innovación logrando un desarrollo económico sostenible fundamentado claro está, en una efectiva gestión del conocimiento.

Por décadas para Arocha (2016), el ser humano se ha interesado por la definición y composición del liderazgo, en lograr altos niveles de productividad y eficiencia. Considera que históricamente el hombre esgrime sus buenos roles de dirección para cultivar capacidades, motivar e influir. De allí la necesidad que los colaboradores modelen lo mejor del líder para lograr el éxito dentro de las organizaciones.

Lo planteado previamente genera por consiguiente una gestión innovativa tecnológica para consolidar el aprehendizaje corporativo. Desde esta mirada la capacidad organizacional y la generación en conocimientos colectivos se convierten en una aventura, al surgir permanentemente interacciones sinápticas conducente al surgimiento de valiosos conocimientos la continua generación de valor productivo.

Una razón por la cual es estratégicamente vital desarrollar la capacidad de realizar una gestión del conocimiento idónea, actuando como fuente innovadora en la empresa, es asegurar una mejor posición competitiva, garantizar la rentabilidad, y el desarrollo sustentable deseado por cuanto que, el conocimiento se transforma en un manantial con ventajas competitivas sostenibles, factor clave para contribuir con el fortalecimiento integral en la empresa, conforman un tejido productivo



nacional que impulsa al país a participar e integrarse a los mercados internacionales. De allí su relevancia humana-educativa-organizacional al considerar la actuación calificada, motivado en la generación permanente del conocimiento, originando procesos innovadores sumando valor productivo global.

Entender la relación entre el aprehendizaje como fuente cognitiva en la generación de capacidad organizacional y conocimientos colectivos nos llevan a capitalizar la intelectualidad del talento humano con sus experiencias, habilidades, destrezas para comprender que la innovación es inmanente a la existencia humana, creatividad, materializar proyectos surgidos, aprehendiendo e intercambiando saberes, emociones, inteligencias, experiencias con los otros colaboradores surgiendo la producción de conocimiento nuevos procesos innovadores donde sobresalen las auténticas ventajas competitivas sostenibles.

Estas acciones estratégicas permitirán asegurar la sostenibilidad empresarial con la utilización del conocimiento organizacional en la fabricación de productos, servicios con un alto valor agregado, diferenciado, acciones que sin duda llevarán a la compañía a trascender aplicando el nuevo pensamiento estratégico.

Reciprocidad entre la cultura organizacional y el acto innovador.

La cultura organizacional es una convivencia natural entre los colaboradores y la realidad empresarial estructurado en sus contextos, creencias, políticas, valores desde la expresividad tanto intrínseca como extrínseca del pensamiento junto a todos aquellos principios que configuran la personalidad empresarial asentando las bases en de sus procesos. Por consiguiente, la cultura enlaza interacciones conscientes, intelectuales, emotivas con el medio, fraternizando con la sociedad para concebir experiencias sentidas tanto individuales como colectivas.

En el mismo contexto, la cultura organizacional incide en el comportamiento innovador dentro de las empresas. Sobre este aspecto, Hartman (2006) citado por Maya, Vallejo, Ramos y Borsic (2018 p.3) argumentan que “una razón importante, por la que se afirma que la cultura influye en la innovación, se debe a que esta puede estimular la conducta innovadora de los miembros de la organización, ya que logran que acepten la innovación como un valor fundamental y se comprometan con él”

Ante los cambios desafiantes globalizados, las organizaciones están llamadas a desarrollar intrínsecamente una cultura organizacional emprendedora. Al respecto, Pérez, Torralba, y Cruz (2019 p.6) explican que “La cultura es un fenómeno invisible e inconsciente en instituciones, prácticas laborales y organizaciones profesionales de negocios”



Desde esta perspectiva, la cultura emprendedora es una actitud inmanente, consustancial a la esencia del ser humano junto a otras aptitudes, facultades o competencias cuyas potencialidades al desarrollarse permiten vitalizar las ideas, conceptos para crear proyectos ingeniosos e innovadores con los cuales se orienta la creación de vida en el espacio empresarial. Lo mencionado concuerda con lo comentado por Chavarría (2019 p.20) “la cultura emprendedora con su talante innovador, dinámico, facilita el progreso social y económico”. Al desarrollar el conocimiento, el ser cultural se sitúa ante los eventos para concebir un significado vinculante, constitutivo del fundamento ingenioso, la cual empodera la acción creativa referenciada con el acto innovador.

En concordancia con el párrafo precedente, la cultura emprendedora en palabras del mismo autor, tienen elementos con particularidades interrelacionadas entre sí. Estos componentes integrados conforman todo un sistema cultural en el cual los comportamientos direccionan la creación empresarial desde la asertividad e identidad con los entornos organizativos. Pérez y colaboradores (2019) mencionan las siguientes características de la cultura emprendedora:

- Espíritu emprendedor: el ser pensante desde su mente creativa e ingeniosa posee cualidades y aptitudes como la autoconfianza, proactividad, inteligencia emocional, visión innovadora, motivación al logro, liderazgo para en el manejo de la incertidumbre, todas ellas necesarias para sustentar las actuaciones orientadas a la búsqueda de oportunidades que desplieguen nuevos procesos productivos innovadores.
- Consideración de Riesgo: es la orientación del ser humano al decidir asumir retos y desafíos calibrando el riesgo e incertidumbre en los entornos cambiantes logrando concebir el conocimiento productivo para innovar en la organización.
- Creatividad e innovación: comienza por las ideas y conjugación de saberes los cuales confluyen en la construcción de conocimientos significativos para dar origen a nuevos productos o servicios con elementos diferenciadores que generan valor y consecuentemente ventajas competitivas.
- Generación de valor: es el resultado de las distintas interacciones que van desde la identificación de clientes actuales o potenciales, el acto innovador propiamente dicho hasta la creación del nuevo bien o servicio producido con alta calidad con precios competitivos, obteniendo con ello el reconocimiento de la marca y posicionamiento en el mercado.



- Proactividad: fluye con el desarrollo de iniciativas, con comportamientos motivados para confrontar situaciones de incertidumbre minimizando riesgos enrumbando la innovación organizacional con sentido coherente.
- Búsqueda de información: capacidad para encontrar, disponer y analizar diversas fuentes de datos e información tendentes a desarrollar varias opciones innovadoras para satisfacer las necesidades o solucionar problemas de la sociedad.

Es importante que la organización pueda contar con un personal comprometido no solo con desarrollar la labor encomendada, sino transformar verdaderos agentes de cambios con intraemprendimiento, para impulsar distintas ideas o proyectos creativos del hecho innovador empresarial, direccionados a nuevos bienes y servicios, creando ventajas competitivas, así como un mejor posicionamiento empresarial en el mercado.

Para los autores Angulo, Bracho y Rodríguez (2020, pág. 3) las organizaciones “deberían esforzarse en cautivar y conservar empleados que no solo cumplan con sus funciones, sino que tengan una actitud propositiva y proactiva” para generar conocimientos, potenciar la innovación creando nuevos procedimientos en las acciones productivas concretando la realización de productos y servicios novedosos para los consumidores, con costos idóneas logrando competitividad y altos rendimientos.

Igualmente, la capacidad para enrumbar el emprendimiento, configura una identificación personal asertiva que asume con responsabilidad reflexiva las consecuencias derivadas de los actos realizados al transformar ideas en acciones innovadoras concretas con las cuales se establecen negocios y gestiones empresariales en espacios donde la competitividad, así como la productividad son dinamizadores de los beneficios socioeconómicos.

Por su parte, Chavarría (2019 p.21) considera que la cultura emprendedora no solo influye en los negocios, sino también en todas las facetas de la vida en miembros de la empresa. El enunciado anterior manifiesta un compromiso consciente con el sentido del vivir organizacional, pues estimula la creatividad y el ingenio para detectar oportunidades o demandas con las cuales se llevan a la realidad proyectos innovadores novedosos muy conectados con solucionar problemas cotidianos.

Ante la eventualidad descrita, Noussan y Echegaray (2020 p.3) definen la innovación organizacional como el “proceso mediante el cual una organización utiliza sus habilidades y recursos para desarrollar nuevos o mejores bienes y servicios o nuevos sistemas de producción y operación con el fin de responder



mejor a las necesidades de sus clientes” Por tanto, las corporaciones en sus procesos de innovación desde una cultura organizacional idónea perciben, comprenden e interpretan los cambios del entorno para interactuar estratégicamente con ellos.

Asumiendo esta contextualidad, los nuevos paradigmas en gestión establecen criterios ingeniosos para estimular la creatividad en los colaboradores corporativos que trabajan en equipo. Sinérgicamente, la organización posee una rítmica compartida con las actitudes, comportamientos del personal vinculados con el entorno cultural intrínseco, estos modifican sus interacciones comunicacionales para ensamblarlas con la gestión global empresarial, conformando así estructuras funcionales conectadas con el proceso innovador.

El enfoque presentado integra a la organización como un conglomerado activo y dinámico que tiene un afianzamiento con hacer actividades innovadoras pertinentes adaptándose a una mutabilidad constante en la realidad. Según Noussan y Echegaray (2020 p.14) la acción permite realizar unos procedimientos corporativos con los cuales:

“Las organizaciones deben adaptarse a los cambios en el entorno y para ello deben promover sus propias acciones que les permitan innovar hacia dentro y hacia afuera, esto es, teniendo en cuenta tanto los factores controlables como no controlables”

De igual forma, la cultura organizacional y el acto innovador tienen una correspondencia sistémica e interactiva en la cual ambas entidades con sus significados e interrelaciones fluyen en un clima propicio e idóneo concibiendo una organización con consciencia productiva, donde se gestan los conocimientos que estimulan desde el pensamiento creativo, las ideas o conceptos novedosos para solucionar los problemas de la sociedad.

Atendiendo las consideraciones de Noussan y Echegaray (2020 p.1) quienes expresan “como en un mundo dinámico y complejo, donde el cambio es una constante que impacta diariamente en las organizaciones” con reciprocidad entre la cultura organizacional emprendedora con el acto innovador enlaza a todos los colaboradores coadyuvando a concienciar una ilación tanto intrínseca como extrínseca de la realidad cambiante, movible que modela las actuaciones del ser humano entre los entornos mencionados.



Por consiguiente, la reciprocidad se convierte en un componente estratégico relacionado con acoplar cultura organizacional e innovación como actividades conectadas cuyas características afianzan el hacer intelectual con procesos configurativos en las interacciones intelectuales, comunicacionales y científico/tecnológicas.

Esta mutualidad residente en el espacio empresarial ya abordado vibra con el accionar del comportamiento intelectual o emotivo que realizan los actores involucrados con la organización. Comprendiendo los acontecimientos de la realidad, estos se pueden considerar como ideas relevantes e innovadoras. Así mismo, el modelaje recíproco presente en el quehacer organizacional hacia la innovación, concuerda con lo argumentado por Ulloa (2020 p.156):

“Lo que caracteriza principalmente a una cultura organizacional son los valores, las creencias y las manifestaciones entendidas como elementos constitutivos de la filosofía institucional que se encuentran definidos como la imagen corporativa de la entidad”

La autora consultada, explica cómo se configura el clima corporativo en los valores, ellos enrumban las percepciones, los procedimientos existentes en las personas cuyas trayectorias vivenciales conforman la cotidianidad empresarial. Axiológicamente, el ser subjetivo al conectarse con otra subjetividad complementan sus visiones de la realidad, asumiendo cada uno desde su onto, el reconocimiento del otro.

Adicionalmente, el planteamiento anterior denota como la combinación de procedimientos permite intercambiar ideas para crear innovaciones cuya direccionalidad desarrolla productos o servicios con ventajas competitivas. De igual forma, las empresas al configurar idóneamente una cultura organizacional donde se gestan procesos innovadores, modelan conceptos con significados estructurales que despliegan en las relaciones sociales y del mercado una interactividad con sentido humano, congruente en la comprensión de necesidades personales.

De allí, la importancia del líder quien confluye en el entorno empresarial concretando los cimientos de una excelente cultura organizacional innovadora, instaurando en sus colaboradores un sentido de vida unido a las ideas, las cuales, emergen para concebir y crear empáticamente una realidad novedosa a través de una interacción comunicacional significativa estimulando una pasión creativa y procesos innovadores continuos generando con ello conocimiento productivo.



Por tanto, la reciprocidad entre la cultura organizacional con la innovación es una estrategia clave para dinamizar la creación de ventajas competitivas, asegurando una mejor posición en los mercados con altos rendimientos financieros y sostenibilidad del negocio. Por consiguiente, concibe una cultura organizacional firme con los valores éticos humano-empresariales, además consecuente con los cambios, donde el ingenio o creatividad abren los caminos para construir realidades inspiradoras, donde la pasión del líder inspira a los otros a trascender, creando espacios donde fluyan nuevos conocimientos que deriven ventajas competitivas generando valor productivo a la organización.

En definitiva, la asimilación sinérgica entre la innovación y la cultura organizacional, potencian la creación del conocimiento, utilizando el aprehendizaje como un medio vinculante para estimular las capacidades innovativas tanto actitudinales como corporativas direccionadas a desarrollar productos o servicios identificados con satisfacer las necesidades de la sociedad. Ello se realiza con la participación del líder visionario que contempla a la empresa como una entidad fértil con procesos innovadores generadores del conocimiento auténtico, genuino, legítimos de gran significación en lo referente a tener ventajas competitivas sustanciales.

METODOLOGÍA

Para realizar la investigación del presente artículo, se utiliza una revisión sistemática documental-bibliográfica de literatura relacionada con los aspectos planteados enfocados en argumentos teóricos, conclusiones y resultados investigativos, los cuales proporcionaron postulados conceptuales significativos para elaborar la actual disertación.

Al respecto, explorar una diversidad de autores que tienen diversas explicaciones sobre el tópico tratado permite identificar sustentaciones argumentativas muy pertinentes y cercanas a lo abordado en el presente trabajo. Para Tramullas (2020 p.2.):

“Las revisiones bibliográficas resultan clave para identificar tendencias y nuevas áreas de investigación, pero también para sintetizar y disponer de fundamentos sobre los cuales consolidar el corpus de una disciplina. Esto facilita su progreso teórico y conceptual, no debiendo tampoco obviarse el papel que desempeñan en la difusión del conocimiento científico y en la mejora de la práctica profesional”



Así mismo, se realizó un proceso metodológico ordenado para ubicar toda la información disponible vinculada con la temática abordada. Según Templier y Paré (2015) citados por Tramullas (2020 p.2) los pasos para abordar la metodología son:

Formulación del problema: la revisión sistemática de la bibliografía posibilita conocer fundamentos teóricos de materias particulares relacionadas con el estudio que se desarrolla. Específicamente, el actual trabajo investigativo, se caracteriza por ubicar aspectos e implicaciones relacionadas con la innovación organizacional como mecanismo de aprehendizaje y de creación de conocimiento.

Búsqueda documental-bibliográfica: se buscan referencias en bases de datos establecidas como Google Scholar (Google Académico), Redalyc, Scielo, entre otros.

Evaluación y selección de estudios: esta selección de los documentos y estudios se realiza mediante una verificación de los títulos, una lectura a los resúmenes, así como a las conclusiones y resultados. Aplicando criterio de selección asociado con los métodos, procedimientos investigativos usados para llevar a cabo los estudios específicos publicados.

Valoración de la calidad en los estudios: el cómo aplicaron técnicas, sistemas para realizar análisis de los datos contenidos en formatos cuantitativos o cualitativos, ello facilita ejecutar una revisión bibliográfica asertiva en consonancia con los eventos analizados en este artículo.

Extracción de datos: Los argumentos, conceptos son evaluados, procesados consciente y asertivamente para evitar redundancia recursiva al momento de realizar la redacción en el artículo por desarrollar.

Análisis y síntesis: en este paso se efectúa un análisis narrativo y descriptivo con respecto a los contenidos aportados por las fuentes consultadas, cada publicación por tener diversos elementos conceptuales y teóricos se reconocen e identifican para estructurar una argumentación teórica enlazada con el pensamiento del autor, conllevando a construir significados coherentes que sustentan el presente estudio.

RESULTADOS

Producto de la revisión documental-bibliográfica realizada se revela que las capacidades humanas afianzadas en las competencias actitudinales individuales, juntas con el proceder intelectual científico-tecnológico, así como colectivas sustentan la gestión organizacional con una directriz vinculante a ensamblar y



sistematizar las ideas o conceptos novedosos en los colaboradores tendentes a generar proyectos innovadores interesantes para crear productos o servicios distintos, conectados para satisfacer necesidades, expectativas o resolver los problemas sociales en una cultura organizacional emprendedora que promueve la innovación como factor de éxito.

Así mismo, los resultados obtenidos exponen que la cultura organizacional se caracteriza por tener estructuralmente una acción emprendedora sinérgica, la cual posee vivacidad en los atributos asertivos para asumir riesgos y la proactividad, entre otros. Esta confluencia de elementos descrita, permite definir un entorno corporativo cónsono con una cultura organizacional para comprender las realidades organizativas, potenciando así el proceso innovador existente.

En síntesis, el aprehendizaje corporativo enlazado con una cultura organizacional propicia un enfoque estratégico para promover la creatividad e ingenio, donde el emprendimiento es concebido con liderazgo, sistematicidad, participación de todos los miembros, generando una gestión sistémica organizacional que asume la responsabilidad estratégica para encauzar la capacidad innovativa empresarial.

REFLEXIONES FINALES

Para que los procesos innovadores fluyan y sean exitosos se requiere una cultura organizacional con características dinámicas, flexibles que faciliten el aprehendizaje como eje de formación empresarial, potenciando cognitivamente las capacidades innovadoras organizacionales. El enfoque planteado muestra como los trabajadores se conectan con una gestión innovativa como una estrategia en lo referente a desarrollar productos o servicios con un alto valor competitivo, beneficioso contribuyendo con la solución de problemas reales.

Adicionalmente, se demuestra que la reciprocidad entre la cultura organizacional en el acto innovador es una articulación con un sentido abierto, amplio en lo relacionado a actuar e intercambiar con las subjetividades con personas en las actividades laborales. Por consiguiente, facilita la comprensión de las interacciones intelectuales y comunicacionales de los individuos con los contextos para concebir proyectos novedosos e innovadores.

Finalmente, se concluye que el aprehendizaje, la reciprocidad del acto innovador con la cultura organizacional adquieren preponderancia por asimilar la directriz organizacional, esta propende a colocar una visión sistémica compartida en alcanzar lo planificado estratégicamente, convalidando las actitudes y acciones de los seres pensantes. Ellos viabilizan el talento, los recursos económicos y científicos-tecnológicos para producir innovaciones.



REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Arocha, J. (2016). Liderazgo estratégico, más allá de los hábitos efectivos. Maracaibo. Venezuela: Editorial Inver - E – Group Venezuela, C.A.
https://www.academia.edu/33658107/LIDERAZGO_ESTRAT%C3%89GICO_M%C3%81S_ALL%C3%81_DE_LOS_H%C3%81BITOS_EFECTIVOS_S TRATEGIC_LEADERSHIP_PLUS_EFFECTIVE_HABITS
- Angulo, F., Bracho, I. y Rodríguez, R. (2020). Intraemprendimiento como elemento fundamental en las organizaciones del siglo XXI. Disponible en:
<https://doi.org/10.17981/econcu.41.1.2020.Org.5>
- Chavarría, M. (2019). Actitud emprendedora: pasión y tesón. Editorial: Alfaomega Esic. España
- Da Costa, S., Páez, D., Sánchez, F., Gondim, S. y Rodríguez, M. (2014). Factores favorables a la innovación en las organizaciones: una integración de meta-análisis. Journal of Work and Organizational Psychology 30 (2014) 67-74
<https://scielo.isciii.es/pdf/rpto/v30n2/original4.pdf>
- Ferrer, R. (2018). El comportamiento organizacional y su relación en los procesos de innovación tecnológica. ACADEMO Revista de Investigación En Ciencias Sociales y Humanidades, 5(2). Recuperado a partir de:
<https://revistacientifica.uamericana.edu.py/index.php/academo/article/view/100>
- Landazury, L., Jaafar, H., Cristofani, M. y Canales, R. (2018) Innovación y modelos de gerencia: su reflexión transformadora desde lo humano y el conocimiento
<https://www.revistaespacios.com/a18v39n13/a18v39n13p20.pdf>
- Landazury, L. y Ferrer, F. (2016). Innovación como eje transversal de los modelos de negocio en las organizaciones, una revisión del constructo teórico Revista Escuela de Administración de Negocios, núm. 81, julio-diciembre, 2016, pp. 129-147 Universidad EAN. Bogotá, Colombia
<https://www.redalyc.org/pdf/206/20649705010.pdf>
- Maya, A., Vallejo, A., Ramos, V., y Borsic, Z. (2019). Cultura organizacional e innovación en las empresas. CienciAmérica, 8(2), 84-102.
<http://doi:10.33210/ca.v8i2.215>



- Menchén, F. (2018). El Aprendizaje Creativo y el Cerebro. Rescatar el Concepto de "Aprehender". Revista Internacional de Educación Para La Justicia Social, 7(2). Disponible en: <https://doi.org/10.15366/riejs2018.7.2.003>
- Noussan, R. y Echeagaray, R. (2020). Cambio organizacional desde la innovación y complejidad Jornadas de la Facultad de Ciencias Económicas de la UNCuyo. (1º Virtuales: 2020: Mendoza, Argentina) Jornadas de Ciencias Económicas 2020. Realizado en la fecha: 7,8 y 9 de septiembre de 2020. Disponible en: <https://bdigital.uncu.edu.ar/fichas.php?idobjeto=15475>
- Pérez, A., Torralba, A., y Cruz, J. (2019). Propuestas para fortalecer la Cultura Emprendedora en los Municipios de Puebla y Tlaxcala. Revista GEON (Gestión, Organizaciones y Negocios),6(2), 38-52. Disponible en: <https://revistageon.unillanos.edu.co/index.php/geon/article/view/172/153>
- Tramullas, J. (2020). Temas y métodos de investigación en Ciencia de la Información, 2000-2019. Revisión bibliográfica. Revista Profesional de la información, v. 29, n. 4, e290417. Disponible en: <https://doi.org/10.3145/epi.2020.jul.17>.
- Ulloa, N. (2019). Cultura organizacional ¿un paradigma social? Revista Científica de Comunicación, 10(2), 150-173. Disponible en: <https://doi.org/10.31207/rch.v10i2.201>
- Villa, J. (2020). Logos como distanciación intelectual en Xavier Zubiri. Análisis. Disponible en: <https://doi.org/10.15332/21459169/5122>