



N° 2, V. 10 JULIO DICIEMBRE 2024/ Revista Científica Multidisciplinaria/
ISSN: 2542-3037 <https://revistapt.edublogs.org/>



CULTURA DE INNOVACIÓN Y COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL EN LAS EMPRESAS DE SERVICIO

CULTURE OF INNOVATION AND BUSINESS COMPETITIVENESS IN SERVICE COMPANIES

Lennys Yexenia Villavicencio Perez^{1,2}

1.Universidad Nacional Experimental de los llanos Occidentales Ezequiel Zamora, UNELLEZ, Barinas, Venezuela 2. villavicenciolennys8@gmail.com
(<https://orcid.org/0009-0006-6655-2600>).

RESUMEN

La investigación tiene como propósito general construir desde los significados y significantes de los actores sociales los basamentos teóricos de la cultura de innovación para la competitividad empresarial en la organización Dangen Construcciones C, A. El recorrido metodológico quedó orientado por el modelo paradigmático cualitativo, método fenomenológico-hermenéutico. Para la recolección de la información se empleó la entrevista a profundidad, entrevistando a tres (03) actores sociales. Como estrategia metodológica de análisis y procesamiento de la información se aplicó la categorización, triangulación y teorización, en cuanto a la validez se fundamentó en el modo de recoger los datos, captar cada evento desde sus diferentes puntos de vista, se consideró la grabación de video y fotografías elementos claves para hacer la investigación creíble y confiable. Dentro de las reflexiones se destaca que el personal directivo de la empresa Dangen Construcciones C.A, requiere de comprender el liderazgo desde la mirada transcompleja, el cual, subyace en la idea de la formación de la condición humana desde una perspectiva de la ética y los valores morales. Aunado a ello, la concepción epistemológica, de la competitividad debe estar enmarcada en un proceso de gerencia del cambio que permita una articulación del conocimiento conceptual y práctico.

Palabras clave

Cultura, innovación, competitividad, visión, liderazgo.

Recibido: 2024-09-01 /Revisado: 2024-10-24/ Aceptado: 2024-11-12/ Publicado: 2024-12-28 /
Páginas: 422-439



CULTURE OF INNOVATION AND BUSINESS COMPETITIVENESS IN SERVICE COMPANIES

Lennys Yexenia Villavicencio Perez^{1,2}

1. Universidad Nacional Experimental de los llanos Occidentales Ezequiel Zamora, UNELLEZ, Barinas, Venezuela 2. villavicenciolennys8@gmail.com (<https://orcid.org/0009-0006-6655-2600>).

ABSTRACT

The general purpose of the research is to build from the meanings and signifiers of the social actors the theoretical foundations of the culture of innovation for business competitiveness in the organization Dangen Construcciones C, A. The methodological journey was guided by the qualitative paradigmatic model, phenomenological method -hermeneutic. To collect the information, an in-depth interview was used, interviewing three (03) social actors. As a methodological strategy for analysis and processing of information, categorization, triangulation and theorization were applied. Regarding validity, it was based on the way of collecting the data, capturing each event from its different points of view, and video recording was considered, and photographs key elements to make the investigation credible and reliable. Among the reflections, it is highlighted that the management staff of the company Dangen Construcciones C.A. requires understanding leadership from a transcomplex perspective, which underlies the idea of the formation of the human condition from a perspective of ethics and values, morals. In addition to this, the epistemological conception of competitiveness must be framed in a change management process that allows an articulation of conceptual and practical knowledge.

Keywords

Culture, innovation, competitiveness, vision, leadership.

Received: 2024-09-01 / Revised: 2024-10-24/ Accepted: 2024-11-12/ Published: 2024-12-28 / Pages: 422-439



INTRODUCCIÓN

Actualmente el éxito empresarial está sustentado en el reconocimiento y aplicación de los paradigmas gerenciales del siglo XXI como herramienta de trabajo cooperativo para la toma de decisiones trascendentales, en especial, las referidas al direccionamiento de empresas de servicio profesionales para la búsqueda de innovación que logren subordinar la gerencia tradicional, por una visión gerencial creativa holística sustentada en los postulados axiológicos organizacionales de responsabilidad social y sobre todos el valor de los actos humanos como carácter bioético notable para coexistir en una realidad compleja que requiere de estilos gerenciales coherentes desde la sostenibilidad, sustentabilidad y el pragmatismo ético del líder empresarial.

Este escenario es logrado por el liderazgo, cultura empresarial y los procesos de cambios. Indica Sumba et al (2022), que “Si la empresa se acopla al entorno adecuadamente, con una visión correcta, unos valores claros y con sistemas eficientes, los beneficios económicos permitirán satisfacer adecuadamente las necesidades de quienes conforman la empresa, y además permitirán la innovación y el crecimiento” (271). Entonces, la capacidad gerencial de liderar en sintonía con su equipo de alto desempeño permite el espiral de desarrollo interno necesario para cristalizar los esfuerzos intelectuales y financieros planteados en la misión organizacional. En ese sentido, el contexto gerencial atribuye la aplicación de cultura de innovación a una en continua evolución epistemológica, cultivada por insumos de las administración clásica y desarrollada por los nuevos paradigmas postmodernos del pensamiento estratégico; Desde esta cosmovisión gerencial, Ramírez (2007) señala que:

Quando una organización enfrenta tiempos adversos, enfrenta problemas adaptativos para poder superarlos. Enfrenta el reto de hacer cambios radicales en muchos de los hábitos y prácticas organizacionales. Esto requiere modificaciones profundas en el comportamiento de muchas personas dentro de la organización.



Una característica importante de muchos problemas adaptativos es la dificultad del diagnóstico y otra es la dificultad de encontrar soluciones. La tarea del liderazgo gerencial en períodos de crisis consiste en crear dentro de la organización una nueva cultura: nuevos valores, nuevas normas, nuevas creencias, y, especialmente, nuevos patrones de comportamiento (p.12).

En efecto, los cambios para innovar las formas de trabajo organizacional tiene su fundamento en la combinación de la gestión del conocimiento con el liderazgo en sus diferentes dimensiones del saber, no solo es un enfoque estratégico, es en esencia una convicción de trabajo dirigido multidimensional apropiado de políticas, visión, normas y objetivos trazados en armonía entre los responsables de, la creación del conocimiento, la tecnología, los miembros activos de la organización con el entorno económico, social y cultural.

En la actualidad, la innovación es uno de los “principales factores de competitividad de las empresas. De hecho, en algunos sectores, la innovación se ha convertido en un factor imprescindible de supervivencia de las mismas” (Bernasconi, 2015:17); es bien conocido que dentro de las acciones gerenciales para mantenerse activo en el mercado de trabajo comercial es necesario crear nuevos modelos de gestión.

En el contexto venezolano se estima que el 90% de la industria corresponde a PyMES, en donde la mayoría se encuentran en los sectores de comercio y servicios, y sólo un 14% son industrias manufactureras. Dada la importancia que tienen las PyMES, por su contribución al crecimiento de la economía nacional y que el conocimiento es una de las fuentes para que las organizaciones obtengan ventajas competitivas.

Conceptualizando la problemática de las empresas de servicios profesional en el sector de la construcción (PyMES), Delgado (2014) expresa que debido a su “estructura es sencilla, y generalmente sus finanzas tienden a tener falta de recursos. Más aún, pueden llegar a experimentar barreras legales impuestas por las empresas grandes, lo que puede obstaculizar su crecimiento” (p. 25). De igual forma, se destacan,



elementos como: a) poca accesibilidad a cursos de capacitación, necesarios para poder aplicar las herramientas de manera sistemática. Esto limita su potencial de crecimiento, ya que salvo por la experiencia y conocimiento de alguno de sus empleados; b) Se ignoran los beneficios de la gestión del conocimiento; c) recursos limitados; d) falta de tiempo, ya que los directivos actuales destinaban gran parte de su tiempo en labores urgentes; e) falta de experiencia: cuando el personal de un negocio no tiene conocimientos, habilidades, ni experiencia para aplicar las estrategias.

A la situación antes descrita no escapan las empresas de servicios profesionales en el sector construcción del estado Barinas, tal es el caso de la empresa Dangen Construcciones C.A, organización privada dedicada diseñar y ejecutar proyectos de obras civiles, mantenimiento y reparación de infraestructuras. Mediante observación directa y diálogos informales con el personal directivo la investigadora evidenció un clima organizacional pasivo, la gerencia carece de acciones de talento humano que fortalezcan el ambiente de trabajo, así como la ausencia de planes específicos para minimizar conflictos e insatisfacción en el personal. Es decir, omiten acciones gerenciales que establezcan normas y valores organizacionales dirigidos a la motivación, capacitación, mejoramiento profesional y cultura productiva.

En virtud de los planteamientos anteriores, la investigadora se plantea la siguiente interrogante ¿Cuáles serán los significados teóricos emergidos de la interpretación de los actores sociales sobre la cultura de innovación para fortalecer la competitividad empresarial de la organización Dangen Construcciones C, A? en consecuencia, el estudio se planteó como propósito general: construir desde los significados y significantes de los actores sociales los basamentos teóricos de la cultura de innovación para la competitividad empresarial en la organización Dangen Construcciones C, A. Como argumento investigativo, la investigación tiene su génesis inspirativa en la comprensión ontológica de la realidad gerencial y direccionamiento estratégico de las empresas venezolanas del sector



construcción impactada por un entramado socioeconómico, político y financiero que minimiza la planificación de operaciones destinada al desarrollo de las diferentes obras y servicios de mantenimiento.

Desde la visión axiocultural, representa la confirmación del sentido ético de las personas que desarrollan la administración de las empresas por su convicción de formación como ser espiritual cargado de valores que representan su comportamiento ante la comunidad sustentado en principios de honestidad, compromiso y lealtad. Desde la conexión ética, académica con la línea de investigación, el estudio guarda relación directa con los argumentos epistémico, ontológicos y académicos suscritos en programa del doctorado de gerencia avanzada propuesto por la Dirección Innovación Curricular UNELLEZ (2017). En ese sentido, la indagación se enmarca en la línea de investigación titulada: Transformación e innovación organizacional; tiene como objetivo general visualizar los requerimientos de transformación de los entornos empresariales y sociales adaptados a las demandas globales.

DESARROLLO

En el ámbito del estudio de la competitividad de las PyMES, se tiene la tesis doctoral presentada por Simancas (2019), titulada “Complexus Transdisciplinar de Competitividad por Diferenciación Bajo el uso de las Tecnologías de Información y Comunicación (Tic) en las Pequeñas y Medianas Empresas (PyMES)”, el estudio se enmarcó en el paradigma interpretativo. Dentro de los aportes axiológicos de la investigación se destaca que “Los valores éticos y estéticos, estos están intrínsecamente vinculados al comportamiento individual y social hacia la comunidad que atienden, consiguiéndose en el estudio que la ética (lo bueno, lo malo, lo correcto y lo incorrecto) (p.296).

El citado estudio representa un significativo aporte para la investigación desde dos dimensiones; la primera referida a la comprensión



sobre las formas actuales de competitividad de las Pymes en el contexto venezolano, la segunda sobre el sustento de la visión axiocultural de las empresas frente a los mercados altamente dinámicos dada sus ventajas de pluralidad que les permite adaptarse y responder positivamente a los escenarios económicos, políticos, sociales que rodean la actualidad empresarial.

Cultura organizacional innovadora.

Desde la óptica de Senlle (2009) la cultura organizacional “es única, se origina de las creencias y filosofías de la organización, acerca de cómo conducirse, se manifiesta en los valores y principios que la gerencia predica y práctica, en sus normas éticas y políticas oficiales” (p.31). De esta manera, la cultura se refleja en los comportamientos de sus integrantes, en la forma de producir, organizarse, tomar decisiones, ejecutarlas y cómo realizan las comunicaciones. En efecto, la innovación generadora de un cambio cultural pretende una alteración más o menos planificada, de las condiciones y prácticas gerenciales enmarcada en un contexto axiológico de direccionalidad hacia la mejora. En opinión de Araujo (2010), la innovación de la cultura es:

Mayormente una actitud, o un paradigma; en consecuencia, ésta puede estimularse desarrollando valores asociados con la creatividad y la generación de ideas. De allí que, un cambio efectivo en la cultura de una organización pasa porque ésta reconozca la inconveniencia de continuar actuando como en el pasado y, porque se decida a trabajar con otra visión y otros valores de cara al futuro (p. 231).

Es por ello, que la innovación de la cultura organizacional constituida sobre una plataforma amplia, saturada de contenidos axiológicos, institucionales, personales, simbólicos y prácticos, se vislumbra como un proceso de cambio que involucra a los grupos de interés, a fines de que el impacto sea positivo, se puedan alcanzar los objetivos y metas propuestas



Competitividad empresarial

La competitividad constituye la capacidad de las empresas por desarrollar actividades de producción o servicios mediante sus propias iniciativas gerenciales, operativas, administrativas, así como, su visión de negocio en los plazos establecidos.

Según Navarro (2018) tiene incidencia en la “forma de plantear y desarrollar cualquier iniciativa de negocios, lo que está provocando obviamente una evolución en el modelo de empresa y empresario. La ventaja comparativa de una empresa estaría en su habilidad, recursos, conocimientos y atributos, entre otros” (p. 65). Se deduce que la competitividad está basada en los recursos de capital intelectual, tecnológico, infraestructura, modelo de gestión de negocio y capacidad de adaptación en tiempos de incertidumbre de las empresas dedicadas a la producción de bienes o servicios, vale decir, que está sujeta al presupuesto de corto y mediano plazo, exigencias del usuario, políticas públicas, cultura organizacional y los precios tanto del mercado interno como externo.

METODOLOGÍA

Pensamiento Paradigmático.

La investigación se enmarcó en el modelo cualitativo interpretativo, ya que destaca el valor y la importancia de las ideas, sentimientos, motivaciones, vivencias e interrelaciones de los individuos en un contexto determinado. Para Martínez (2004) el estudio cualitativo puede “Identificar la naturaleza profunda de las realidades, su estructura dinámica, aquella que da razón plena de su comportamiento y manifestaciones” (p.35). Se infiere entonces, que el paradigma interpretativo se centra en la comprensión de la realidad del ser humano desde los significados de las personas involucradas, estudia sus creencias, cultura, valores, motivaciones e intenciones.

Filosofía del Método.

El método asumido para la realización del estudio fue fenomenológico-hermenéutico. Para Sandin (2003) la fenomenología, “describe el significado de las experiencias vividas por una persona o grupo de personas acerca de un fenómeno” (p. 151). Por eso, la verdad emerge no como un punto de vista objetivo, sino como una configuración de los diversos significados que las personas dan a esa realidad, desde cualquier escenario o circunstancia sociopolítica en la cual esté inmerso el fenómeno.

Asimismo, Martínez (2006), refiere que la hermenéutica: se usa, consciente o inconscientemente, todo investigador y en todo momento, ya que la dinámica mental humana es, por su propia naturaleza, interpretativa, es decir, hermenéutica: trata de observar algo y buscarle un significado” (p.11). Para la hermenéutica su atención está centrada en el individuo debido a que este emite sonido, escribe, escucha y lee elementos de su entorno; comunicándose y aferrándose a cada uno de los significados desde donde se desenvuelva.

Informantes Clave.

Los informantes son los sujetos que dan su doxa sobre los elementos que convergen la metagerencia y la competitividad desde sus propias creencias y conocimiento de rigor. Rojas (2010) afirma que son “personas que permiten a los investigadores cualitativos acercarse y comprender en profundidad la realidad social a estudiar” (p. 45). Por tanto, se seleccionaron tres (03) gerentes con más de quince (15) años de experiencia y que laboraran en la empresa Dangen Construcciones C, A, caracterizados por códigos como: LV1, MM2 y LA3.

Tácticas de registros de información.

En primer lugar, se utilizó la estrategia empírica de observación al contexto, dado que la investigadora forma parte del tejido empresarial



estudiado. En segundo lugar, están las notas de campo, definidos como informes descriptivos de procesos o acontecimientos que incluyen qué ocurrió, qué se dijo, en qué tiempo. En tercer lugar, se aplicó la técnica de entrevista a profundidad; sustentada en un guion de entrevista, en él se plasman todos los tópicos que se desean abordar a lo largo de los encuentros. En síntesis, la aplicación de las entrevistas se realizó en los ambientes seleccionados y acordados con los informantes de acuerdo a las fechas y horas pautadas. De tal manera, que cada una de las preguntas estará referida a la praxis gerencial y estrategias de competitividad desde el establecimiento de una cultura de valores personales y organizacionales, con el fin de conocer desde la voz de los informantes clave

Validez y fiabilidad de la investigación.

La investigación está sustentada en criterios gnoseológicos, epistemológicos, ontológicos y axiológicos, por tanto, es significativo precisar los criterios de validez con el propósito de fundamentar los resultados obtenidos desde el punto de vista científico. Asimismo, la aseveración de las investigaciones cualitativas posee un alto nivel de validez derivada de su modo de recoger la información y de las técnicas de análisis que usan. Para Martínez (2009) la validez es “la forma “de captar cada evento desde sus diferentes puntos de vista, de vivir la realidad estudiada y de analizarla e interpretarla inmersos en su propia dinámica” (p.255). En ese sentido, la validez de la investigación quedó concebida en la imagen exacta de los resultados obtenidos y el contraste con la realidad de las empresas venezolanas del sector construcción. En relación con la fiabilidad está basada la interpretación y el entendimiento enlazándose para desarrollar un proceso de construcción del conocimiento que no pretende inducir generalizaciones, sino explicar lo particular.

Fases sistemáticas para el análisis de la información.

Las técnicas de análisis consistieron en: a) Categorización: Este



proceso logra la depuración, organización y precisión de los códigos enunciados por los informantes clave. El propósito de este proceso fue resumir el contenido de la información en conceptos más fáciles de manejar y relacionar, conceptos que privilegien lo más valioso de los contenidos primarios, lo que mejor los describa; b) Triangulación: Según Cisterna (2003) el proseo de triangulación es la “acción de “reunión y cruce de toda la información pertinente al objeto de estudio surgida en una investigación por medio de los instrumentos correspondientes, y que en esencia constituye el corpus de resultados de la investigación” (p. 22).

Por ello, el cruce de la información se efectuó a partir del discurso de los informantes clave; c) Teorización: la teorización surge de la actividad mental del investigador en la cual se percibe, contrasta, compara, agrega y ordena categorías o grupo de categorías. Para Martínez (2006) esta acción trata de “integrar en un todo coherente y lógico los resultados de la investigación en curso, mejorándolo con los aportes de los autores reseñados en el marco teórico-referencial después del trabajo de contrastación” (p. 14).

El propósito de este proceso es resumir el contenido de la información en conceptos más fáciles de manejar y relacionar, conceptos que privilegien lo más valioso de los contenidos primarios, lo que mejor los describa. La teoría resultante no sólo puede usarse para explicar la realidad, sino que sirve de guía para la acción, representando una manera más sistemática de construir, sintetizar e integrar el conocimiento.

RESULTADOS Y HALLAZGOS EMERGENTES

En la investigación cualitativa la categorización se constituye en una parte fundamental para la sistematización de los hallazgos. En ese sentido, la tipificación consiste en clasificar la información por categorías de acuerdo a criterios temáticos referidos a la búsqueda de significados. Este procedimiento se lleva a cabo mediante la información recabada de los informantes LV1, MM2 y LA3. Vale decir, que las categorías y

subcategorías pueden ser apriorísticas, es decir, construidas antes del proceso recopilatorio de la información, o emergentes, que surgen desde el levantamiento de referenciales significativos a partir de la propia indagación.

En efecto, la entrevista se realizó en un ambiente agradable, sin barreras físicas, mediante una conversación cordial, previamente elaborado el guion con preguntas cortas. Ahora bien, el proceso de categorización, consistió en el diseño un cuadro comparativo que permite establecer los vínculos, relaciones y definiciones de la información aportada por los informantes.

Proceso de Categorización

Tabla 1

Categorización de Informantes Clave 1: LV1 y MM2

Categoría: Cultura de Innovación			
Sub-Categoría	Núcleo de análisis	Informante 1	Informante 2
Innovación	Significados de la cultura de innovación	es un instrumento de transferencia programada de conocimiento... Generar luces bajo la experiencia compartida	hace posible la sinergia de los esfuerzos realizados, dinamizar el sentido de propósito, enfatizar los valores
	Elementos de cultura organizacional	Por ejemplo, si aplicamos la visión considero que debe ser compartida	se requiere de un estilo de dirección más estratégico, creativo que reconozca el capital intelectual...
Plan de innovación	Elementos gerenciales de la cultura de innovación	Lo que hacemos es identificar las oportunidades, evaluar las ideas, y tomar decisiones...	la complejidad, el futuro, riesgo y la creatividad. Las decisiones de innovación tienen una alta complejidad...
	Gestión del conocimiento	Yo he propuesto mecanismos de doble flujo de información y seguimiento de innovación	Se requiere dirección, trabajos interdisciplinarios, capacidad de trabajar equipo.
Categoría: Competitividad Empresarial			
Sub-Categoría	Núcleo de análisis	Informante 1	Informante 2

Liderazgo Empresarial	Visión del líder	Convertirnos en una empresa competente estratégica.	Debemos establecer altos desempeños en las tareas emprendidas...
	Metaliderazgo	Organización de equipos transdisciplinarios constituidos por pares profesional en lo interno y externo de la empresa.	Puede ser como una visión global que trasciende más allá de la realidad práctica.
	Calidad del servicio	Más que una norma es la conspiración interna para nuestros clientes.	gestión de conocimiento, exploración e investigación de los miembros de la empresa

Proceso de Triangulación

El proceso de triangulación se llevó a cabo mediante el diseño de contrastación de opiniones, lo que conlleva a generar un primer acercamiento a los hallazgos, sus significados y estructuración de la teórica. La siguiente tabla describe el proceso de triangulación.

Tabla 02

Triangulación de la Información

Categoría: Cultura de Innovación			
Sub-Categoría	Informante 1	Informante 2	Informante 3
Innovación	.. <u>Transferencia programada de conocimiento...</u> Generar luces bajo la <u>experiencia compartida.</u>	.. Sinergia de los esfuerzos realizados, <u>enfatar los valores.</u>	..crear nuevos espacios o <u>sistemas de dirección..</u>
Plan de innovación	..visión considero que debe <u>ser compartida</u>	Estilo de dirección más <u>estratégico, creativo que reconozca el capital intelectual.</u>	..Precisar el <u>pensamiento estratégico</u> y evaluación de resultados..
	identificar las oportunidades, <u>evaluar las ideas,</u> y tomar <u>decisiones...</u>	complejidad, el futuro, riesgo y la creatividad. <u>Decisiones de alta complejidad.</u>	..concertar pensamientos <u>postmodernos del mercado..</u>
	<u>innovación para el mejoramiento profesional</u>	.. <u>trabajos interdisciplinarios...</u>	.. <u>creatividad para presentar proyectos..</u>
Categoría: Competitividad Empresarial			
Sub-Categoría	Informante 1	Informante 2	Informante 3



Síntesis Hermenéutica del autor (Consideraciones Emergentes)

La presencia de la innovación genera la sinergia colectiva para la gestión de conocimiento estratégico y postmoderno con visión compartida, la cual, dinamiza el sentido de propósito de cultura sustentada en valores.

Por otra parte, la competitividad es el reflejo de un liderazgo que trasciende la normativa, las estructuras, los procedimientos, es decir, va más allá del desempeño individual y disciplinario, es en esencia un liderazgo transcomplejo con enfoque dinámico que valora el capital intelectual para la mejora continua y compromiso social.

	...empresa <u>competente</u> <u>estratégica</u> .	..altos desempeños en las tareas emprendidas...	..valores organizacionales..
Liderazgo Empresarial	equipos <u>transdisciplinarios</u> por pares profesional en lo interno y externo	Visión global que trasciende <u>más allá de la realidad práctica</u> .	. creer en el <u>capital intelectual</u> y áreas de la empresa que deben mejorar.
Mejora Continua	...aceptación <u>de</u> <u>compromiso</u> .	criterios claros de acción <u>programas</u> y <u>no programadas</u>	... <u>asesorías permanentes</u> ...

Cont. Tabla 02

Proceso de teorización y aportes a la sociedad del conocimiento

Esta sección tiene como propósito integrar en un todo coherente y lógico, los hallazgos emergidos de la contrastación realizada en la triangulación de la información para establecer nexos con el escenario epistémico-axiológico, generando un constructo cognoscitivo que explican la naturaleza conjetural de la cultura de innovación para la competitividad empresarial. Dentro del tejido hermenéutico descifrado de la cultura de innovación se establece la doxa del informante 2 "se requiere de un estilo de dirección más estratégico, creativo que reconozca el capital intelectual"; en efecto, el estilo de dirección es responsable de indagar los acuerdos e intereses de la institución por medio de los objetivos planificados; empleando la disciplina, lo social y especialmente lo humano; fortaleciendo



los equipos de trabajo en la búsqueda de la calidad, productividad y competitividad.

En conexión ontológica el informante 2, expresa que el meta liderazgo puede ser como una visión global que trasciende más allá de la realidad práctica”; es en esencia, como acción, lógica y formal que construye un estilo de liderazgo que promueve la acción creativa dentro de la empresa a través de la socialización y democratización del conocimiento. Estas premisas nos conllevan a presentar los hallazgos emergentes como primer aporte a la sociedad del conocimiento; en relación con la cultura de innovación tenemos a) gestión de conocimiento estratégico y postmoderno; b) visión compartida. Desde la mirada de la competitividad se develan los siguientes: a) liderazgo transcomplejo; b) compromiso social.

APROXIMACIÓN TEÓRICA.

Los supuestos ontológicos de la cultura innovadora desde las perspectivas pragmáticas de las empresas se presentan en un entramado complejo de dimensiones que interactúa sobre el plano económico, político y social. De allí, la importancia del fomento de una cultura emprendedora y la formación de los actores empresariales. Por estas razones, el gerente está llamado a manifestar un liderazgo visionario con pensamiento estratégico, actitud emprendedora ante los obstáculos de: la falta de recursos financieros, escases de materiales, escenarios políticos adversos, inflación, control de precios, supervisión y fiscalización, acceso a la tecnología y demandas de los ciudadanos. Este entorno es sin lugar a dudas transcomplejo, en opinión de Simancas (2019):

De este modo, bajo la teoría de la transcomplejidad, el ser puede verse afectado por el ambiente y por el propio sistema, para dar lugar a otros estadios, que le permitan transformarse a sí mismo, sin perder su identidad, que es lo que se pretende alcanzar desde un visión hologramática a través del liderazgo transcomplejo (p.198).



En efecto, alcanzar la innovación de normas, políticas y creencias es un proceso de transformación del ser, en este caso, de líderes, como se logra encauzar el desarrollo de las potencialidades del ser humano para transformarse en personas autónomas, capaces de resolver problemas participando socialmente en la solución de problemáticas socio empresariales.

En ese sentido, el entorno innovador sugiere que la alta gerencia de la empresa Dangen Construcciones C, A; este abierto para: a) configurar las acciones creativas del capital intelectual; b) maneje los ambientes de respeto a la pluralidad del conocimiento; c) se apropie de nuevos elementos que surgen de la visión del gerente moderno; d) se conecte abiertamente con la innovación; e) logre operar bajo altos estándares de adaptabilidad. En síntesis, el entorno innovador considera todos los elementos transformacionales que subyacen del proceso articulado de la creación de conocimiento y de las teorías emergentes del liderazgo transcomplejo. Se plantea como un concepto flexible y dinámico que a través de la innovación de la cultura puede transformar de manera continua las estructuras organizacionales de las empresas venezolanas.

REFLEXIONES FINALES

La convicción firme de innovar en la cultura organizacional estimula la búsqueda del camino para la creación de ambientes de gestión de conocimientos que permitan elevar los estándares de operaciones de la empresa para encontrar los recursos, esta disposición conecta al líder con su entorno social, lo induce a establecer canales de comunicación con otras empresas, así como con instituciones gubernamentales, esto es posible con una visión compartida, es decir, lograr que la visión personal se transforme en visión general, cuando se logra esto se genera un fuerte vínculo, esta conexión lleva de todos los integrantes del equipo, grupo o comunidad a obtener mejores resultados.



En ese sentido, el personal directivo de la empresa Dangen Construcciones C, A, requieren de comprender el liderazgo desde la mirada de la transcomplejidad, el cual, subyace en la idea de la formación de la condición humana desde una perspectiva de la ética y los valores morales genera los cimientos para un accionar gerencial que tenga pertinencia individual y social, con vinculación con su entorno empresarial. Por ello, la concepción epistemológica, de la competitividad empresarial en el municipio Barinas se presentan como procesos de construcción social. La de construcción de estos conceptos nos permite identificar los valores, las creencias, las prácticas que subyacen a las organizaciones, así como, en sus relaciones con el entorno. Al comprender la complejidad de estos sistemas, podemos diseñar intervenciones más efectivas para fomentar el desarrollo sostenible y equitativo de las empresas de servicios en Barinas.

Dentro de este marco reflexivo se sugiere al personal directivo de la Dangen Construcciones C, A, establecer ciclos de formación continua mediante talleres prácticos de análisis sobre la definición de los elementos estratégicos de renovación de la cultura organizacional sustentados en: a) visión y los valores organizacionales; b) una actitud postmoderna de gerencia de cambio; c) conexión con las tecnologías de información; d) basamentos teóricos de un liderazgo transcomplejo para el compromiso social.

REFERENCIAS

- Araujo, A. (2010). *Mesoempresa, universidad y desarrollo local sostenible*. Venezuela: Universidad del Zulia.
- Bernasconi, S. (2015). *Innovación y competitividad empresarial*. Tesis Doctoral. Universitat Rovira Virgili
<https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/399536/TESt.pdf>.
- Cisterna, C. (2003). *Categorización y triangulación como procesos de validación del conocimiento en investigación cualitativa*. Chile:



- Departamento de Ciencias de la Educación y Humanidades. Universidad del Bío-Bío, Chillán.
- Delgado, D. (2014). *Administración de la Construcción: Enfoque Mexicano*. Berlín: Académica Española.
- Martínez, M. (2006). *Ciencia y Arte en la Metodología Cualitativa*. México: Trillas.
- Navarro, O., Gracián, G., y Ferrer, W. (2018). La calidad del capital humano una vertiente positiva en la competitividad de las micros, pequeñas y medianas empresas enfocada en la empresa Cristy viajes. *Universidad y Sociedad*, 10 (2), pp.26-33.
- Ramírez, J (2007). *El Liderazgo del cambio en períodos de crisis*. México: Panorama.
- Rojas, B. (2010). *Investigación cualitativa*. (2da. ed.). Caracas: FEDUPEL
- Sandín, M. (2003). *Investigación cualitativa en educación: fundamentos y tradiciones*. España: McGraw Hill.
- Senlle, A. (2009). *Calidad y liderazgo*. Barcelona. España: Gestión.
- Simancas, N. (2019). *Visión hologramática de la gerencia de cambio en la formación de líderes transcomplejos*. Tesis Doctoral. Universidad Fermín Toro. Cabudare.
- Sumba, R; Chóez, S y Monserrate, Y. (2022). *Liderazgo empresarial como factor de desarrollo de las PYMES*. Ciencias económicas y empresariales. <http://dx.doi.org/10.23857/dc.v8i1.2570>.