



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA DE GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO
PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

**“COMPORTAMIENTO INNOVADOR EN LA ENTIDAD FINANCIERA
CACPECO LTDA.”**

Proyecto de Investigación presentado previo a la obtención del Título de Licenciada en Gestión
del Talento Humano

Autor:

Sáenz Espín Indira Dayanna

Tutora:

Dra. Vizcaíno Cárdenas Gloria Susana PhD

Latacunga – Ecuador

Febrero 2024

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo, Sáenz Espín Indira Dayanna declaro ser autora del presente proyecto de investigación: “COMPORTAMIENTO INNOVADOR EN LA ENTIDAD FINANCIERA CACPECO LTDA”, siendo la Dra. Gloria Susana Vizcaíno Cárdenas PhD. Tutora del presente trabajo; y eximo expresamente a la Universidad Técnica de Cotopaxi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

Además, certifico que las ideas, conceptos, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo investigativo, son de mi exclusiva responsabilidad.


Indira Dayanna Sáenz Espín

C.I:0959312661

CONTRATO DE CESIÓN NO EXCLUSIVA DE DERECHOS DE AUTOR

Comparecen a la celebración del presente instrumento de cesión no exclusiva de obra, que celebran de una parte SÁENZ ESPÍN INDIRA DAYANNA, identificado con cédula de ciudadanía No: 0959312661 de estado civil soltera, a quien en lo sucesivo se denominará **LA CEDENTE**; y, de otra parte, la Doctora Idalia Eleonora Pacheco Tigselema, en calidad de Rectora, y por tanto representante legal de la Universidad Técnica de Cotopaxi, con domicilio en la Av. Simón Rodríguez, Barrio El Ejido, Sector San Felipe, a quien en lo sucesivo se le denominará **LA CESIONARIA** en los términos contenidos en las cláusulas siguientes:

ANTECEDENTES: CLÁUSULA PRIMERA. – **LA CEDENTE** es una persona natural estudiante de la carrera de Gestión de Talento Humano, titular de los derechos patrimoniales y morales sobre el trabajo de grado “**COMPORTAMIENTO INNOVADOR EN LA ENTIDAD FINANCIERA CACPECO LTDA.**”, la cual se encuentra elaborada según los requerimientos académicos propios de la Facultad; y, las características que a continuación se detallan:

Historial Académico

Inicio de la carrera: Mayo 2019- Septiembre 2019

Finalización de la carrera: Octubre 2023- Marzo 2024

Aprobación en Consejo Directivo: 28 de noviembre del 2023

Tutor: Dra. Gloria Susana Vizcaíno Cárdenas PhD.

Tema: “**COMPORTAMIENTO INNOVADOR EN LA ENTIDAD FINANCIERA CACPECO LTDA.**”

CLÁUSULA SEGUNDA. - **LA CESIONARIA** es una persona jurídica de derecho público creada por ley, cuya actividad principal está encaminada a la educación superior formando profesionales de tercer y cuarto nivel normada por la legislación ecuatoriana la misma que establece como requisito obligatorio para publicación de trabajos de investigación de grado en su repositorio institucional, hacerlo en formato digital de la presente investigación.

CLÁUSULA TERCERA. - Por el presente contrato, **LA CEDENTE** autoriza a **LA CESIONARIA** a explotar el trabajo de grado en forma exclusiva dentro del territorio de la República del Ecuador.

CLÁUSULA CUARTA. - OBJETO DEL CONTRATO: Por el presente contrato **LA CEDENTE**, transfiere definitivamente a **LA CESIONARIA** y en forma exclusiva los siguientes derechos patrimoniales; pudiendo a partir de la firma del contrato, realizar, autorizar o prohibir:

- a. La reproducción parcial del trabajo de grado por medio de su fijación en el soporte informático conocido como repositorio institucional que se ajuste a ese fin.
- b. La publicación del trabajo de grado.
- c. La traducción, adaptación, arreglo u otra transformación del trabajo de grado con fines académicos y de consulta.
- d. La importación al territorio nacional de copias del trabajo de grado hechas sin autorización del titular del derecho por cualquier medio incluyendo mediante transmisión.

e. Cualquier otra forma de utilización del trabajo de grado que no está contemplada en la ley como excepción al derecho patrimonial.

CLÁUSULA QUINTA. - El presente contrato se lo realiza a título gratuito por lo que **LA CESIONARIA** no se halla obligada a reconocer pago alguno en igual sentido **LA CEDENTE** declara que no existe obligación pendiente a su favor.

CLÁUSULA SEXTA. - El presente contrato tendrá una duración indefinida, contados a partir de la firma del presente instrumento por ambas partes.

CLÁUSULA SÉPTIMA. - CLÁUSULA DE EXCLUSIVIDAD. - Por medio del presente contrato, se cede en favor de **LA CESIONARIA** el derecho a explotar la obra en forma exclusiva, dentro del marco establecido en la cláusula cuarta, lo que implica que ninguna otra persona incluyendo **LA CEDENTE** podrá utilizarla.

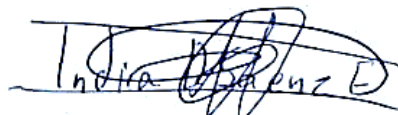
CLÁUSULA OCTAVA. - LICENCIA A FAVOR DE TERCEROS. - LA CESIONARIA podrá licenciar la investigación a terceras personas siempre que cuente con el consentimiento de **LA CEDENTE** en forma escrita.

CLÁUSULA NOVENA. - El incumplimiento de la obligación asumida por las partes en la cláusula cuarta, constituirá causal de resolución del presente contrato. En consecuencia, la resolución se producirá de pleno derecho cuando una de las partes comunique, por carta notarial, a la otra que quiere valerse de esta cláusula.

CLÁUSULA DÉCIMA. - En todo lo no previsto por las partes en el presente contrato, ambas se someten a lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, Código Civil y demás del sistema jurídico que resulten aplicables.

CLÁUSULA UNDÉCIMA. - Las controversias que pudieran suscitarse en torno al presente contrato, serán sometidas a mediación, mediante el Centro de Mediación del Consejo de la Judicatura en la ciudad de Latacunga. La resolución adoptada será definitiva e inapelable, así como de obligatorio cumplimiento y ejecución para las partes y, en su caso, para la sociedad. El costo de tasas judiciales por tal concepto será cubierto por parte del estudiante que lo solicitare.

En señal de conformidad las partes suscriben este documento en dos ejemplares de igual valor y tenor en la ciudad de Latacunga, a los 29 días del mes de febrero del 2024.



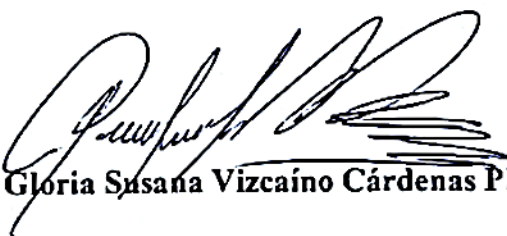
Indira Dayanna Sáenz Espín
LA CEDENTE

Dra. Idalia Pacheco Tigselema, Ph.D.
LA CESIONARIA

AVAL DEL TUTOR DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

En calidad de Tutor del Trabajo de Investigación con el título: “COMPORTAMIENTO INNOVADOR EN LA ENTIDAD FINANCIERA CACPECO LTDA”, de la postulante: Sáenz Espín Indira Dayanna, de la carrera de Licenciatura en Gestión del Talento Humano, considero que dicho Informe Investigativo cumple con los requerimientos metodológicos y aportes científico-técnicos suficientes para ser sometidos a la evaluación del Tribunal de Validación de Proyecto que el Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Cotopaxi designe, para su correspondiente estudio y calificación.

Latacunga, 28 de febrero 2024



Dra. Gloria Susana Vizcaino Cárdenas PhD.

C.I. 050187665-0

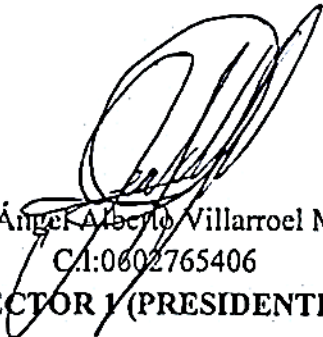
AVAL DE APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE TITULACIÓN

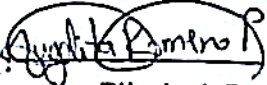
En calidad de Tribunal de Lectores, aprueban el presente Informe de Investigación de acuerdo a las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Técnica de Cotopaxi, y por la Facultad de Ciencias Administrativas; por cuanto, la postulante: Sáenz Espín Indira Dayanna, con el título de Proyecto de Investigación: "COMPORTAMIENTO INNOVADOR EN LA ENTIDAD FINANCIERA CACPECO LTDA", ha considerado las recomendaciones emitidas oportunamente y retiene los méritos suficientes para ser sometido al acto de Sustentación Final del Proyecto de Titulación.


Por lo antes expuesto, se autoriza grabar los archivos correspondientes en un CD, según la normativa institucional.

Latacunga, 27 de febrero de 2024

Para constancia firman:


MG. Ángel Alberto Villarroel Maya
C.I:0602765406
LECTOR 1 (PRESIDENTE)


MG. Angelita Elizabeth Romero Poveda
C.I:0503241119
LECTOR 2


MG. Roberto Carlos Herrera Albarracín
C.I:050231025
LECTOR 3

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, quiero expresar mi agradecimiento a Dios, quien ha sido una fuente constante de bendiciones a lo largo de este tiempo. También, deseo extender mi más sincero agradecimiento a mis padres, quienes siempre me han brindado un apoyo incondicional. Su cariño y aliento han sido mi impulso constante, motivándome a perseguir mis metas incluso en momentos adversos. Agradezco enormemente a mis queridos hermanos, quienes son mi mayor adoración y han crecido a mi lado, siempre motivándome a seguir adelante.

No puedo pasar por alto agradecer a mis amados tíos, tías y abuelita. Su apoyo y ayuda han sido fundamentales para llegar hasta aquí. Sin ellos, muchas cosas no se habrían logrado. A lo largo de mi trayectoria universitaria, quiero reconocer a aquellos que han permanecido a mi lado, brindándome su cuidado y compañía. El trayecto no fue sencillo, pero gracias al apoyo y el amor incondicional de todos ustedes, lo imposible se convirtió en realidad.

-Indira Sáenz

DEDICATORIA

Dedico mi tesis a Dios por darme la fortaleza y sabiduría para culminar esta meta, también se la dedico a mis amados Padres y hermanos quienes me han demostrado su amor incondicional, sus palabras de aliento y motivación a pesar de la distancia.

Agradezco a aquellos que estuvieron presentes, brindándome su apoyo moral en esas largas noches dedicadas a la investigación.

Finalmente, quiero dedicar este logro a quienes confiaron en mí; su apoyo constante fue el impulso que necesitaba. Este logro no solo es mío, sino de todos aquellos que, de alguna manera, formaron parte de este viaje.

-Indira Sáenz

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

TITULO: “COMPORTAMIENTO INNOVADOR EN LA ENTIDAD FINANCIERA CACPECO LTDA”

Autor:

Sáenz Espín Indira Dayanna

RESUMEN

La presente investigación se centra en el análisis del comportamiento innovador en la entidad financiera CACPECO Ltda, el estudio se enmarca dentro del ámbito del conocimiento de la gestión del talento humano; orientado hacia el desarrollo sostenible en las organizaciones del siglo XXI. El proyecto tiene como objetivo general analizar el comportamiento innovador dentro de una entidad financiera, en esta investigación se planteó un enfoque metodológico cuantitativo, el cual se centra en la recopilación y análisis sistemático de datos numéricos, para recopilar la información de 186 colaboradores de la entidad mediante una encuesta que fue desarrollado por Lukes & Stephan (2017), entre los principales resultados obtenidos, se observa que las 7 dimensiones propuestas por Janssen (2000) reflejan una alta puntuación con respecto a la utilización del comportamiento innovador por parte de los colaboradores lo cual incentiva a los trabajadores a promover su creatividad y su capacidad de adaptabilidad a cambios del entorno empresarial. En consecuencia, se logra observar que la generación de ideas es la dimensión que tiene más fuerza dentro de la organización lo que representa una gran oportunidad para desarrollar soluciones novedosas y creativas que permitan fomentar la innovación en todos los niveles de la organización. Finalmente, se plantean estrategias de acuerdo a las dimensiones del comportamiento innovador, tomando en consideración el impacto social y económico que tendrán dentro de la organización.

Palabras claves: Comportamiento Innovador, Generación de ideas, Comunicación de ideas, Superación de obstáculos, Resultados innovadores.

TECHNICAL UNIVERSITY OF COTOPAXI

FACULTY OF ADMINISTRATIVE AND ECONOMIC SCIENCES

THEME: "INNOVATIVE BEHAVIOUR IN THE FINANCIAL ENTITY CACPECO LTDA".

Author:

Sáenz Espín Indira Dayanna

Abstract

This research focuses on the analysis of innovative behaviour in the financial institution CACPECO Ltda, the study is framed within the field of knowledge of human talent management; oriented towards sustainable development in the organizations of the 21st century. The general objective of the project is to analyze the innovative behaviour within a financial entity, in this research a quantitative methodological approach was proposed, which focuses on the systematic collection and analysis of numerical data, to collect information from 186 collaborators of the entity through a survey that was developed by Lukes & Stephan (2017), Among the main results obtained, it is observed that the 7 dimensions proposed by Janssen (2000) reflect a high score with respect to the use of innovative behaviour by employees which encourages workers to promote their creativity and their ability to adapt to changes in the business environment. Consequently, it can be seen that the generation of ideas is the dimension that is strongest within the organization, which represents a great opportunity to develop innovative and creative solutions that allow innovation to be promoted at all levels of the organization. Finally, strategies are proposed according to the dimensions of innovative behaviour, taking into consideration the social and economic impact they will have within the organization.

Keywords: Innovative Behaviour, Generation Ideas, Communication Ideas, Overcoming Obstacles, Innovative Results.



UNIVERSIDAD
TÉCNICA DE
COTOPAXI



CENTRO
DE IDIOMAS

AVAL DE TRADUCCIÓN

En calidad de Docente del Idioma Inglés del Centro de Idiomas de la Universidad Técnica de Cotopaxi; en forma legal **CERTIFICO** que:

La traducción del resumen al idioma Inglés del proyecto de investigación cuyo título versa: **“COMPORTAMIENTO INNOVADOR EN LA ENTIDAD FINANCIERA CACPECO LTDA”** presentado por Sáenz Espín Indira Dayanna, egresada de la Carrera de: **Gestión del Talento Humano**, perteneciente a la **Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas**, lo realizó bajo mi supervisión y cumple con una correcta estructura gramatical del Idioma.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad y autorizo a la peticionaria hacer uso del presente aval para los fines académicos legales.

Latacunga, febrero del 2024

Atentamente,

Mg. Bolívar Maximiliano Cevallos Galarza.
DOCENTE CENTRO DE IDIOMAS-UTC
CI:0910821669



**CENTRO
DE IDIOMAS**

ÍNDICE

DECLARACIÓN DE AUTORÍA	¡Error! Marcador no definido.
AVAL DEL TUTOR DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	¡Error! Marcador no definido.
AVAL DE APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE TITULACIÓN.....	¡Error! Marcador no definido.
DEDICATORIA.....	viii
RESUMEN.....	ix
ÍNDICE TABLAS	xiv
PLAN DE INVESTIGACIÓN (PROYECTO).....	1
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	2
1.1. Objetivo General.....	4
2. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO TÉCNICA.....	5
2.1. Antecedentes.....	5
3. MARCO TEÓRICO	10
3.1 Definición o contextualización del comportamiento innovador	10
3.1.1 Principios del comportamiento innovador	14
3.1.2 Tipos de comportamiento innovador	17
3.1.3 Paradigmas y gestión del comportamiento innovador	20
3.1.3 Organizaciones del comportamiento innovador	25
3.1.4 Liderazgo del comportamiento innovador.....	29
3.1.5 Niveles de acción del comportamiento innovador	30
3.2 Modelo de Janssen	31
4. MÉTODOS Y MATERIALES	35
4.1 Enfoque de Investigación.....	35
4.2 Diseño de Investigación	35
4.3 Población y Muestra	36
4.4 Instrumentos aplicados.....	37
4.5 Requisitos de Confiabilidad y Validez del Instrumento:.....	37
4.5.1 Índice de Confiabilidad de Comportamiento Innovador	37

4.5.2 Índice de Validez Interna del instrumento de Comportamiento Innovador	38
4.6 Resultados obtenidos de la evaluación de requisitos de Fiabilidad	41
4.6.1 Validez Interna	41
4.7 Procedimiento para la aplicación del instrumento	42
4.8. Análisis de Datos	42
4.9 Baremación de datos	43
5. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE LOS DATOS	44
5.1 Resultados obtenidos de la Información Sociodemográfica de los participantes.	44
5.2. Resultados descriptivos y baremación de dimensiones de la variable Comportamiento Innovador	52
6. IMPACTO SOCIAL Y ECONÓMICO	63
6.1 Impacto Social	63
7. ESTRATEGIAS	66
8. CONCLUSIONES.....	72
9. RECOMENDACIONES.....	73
10. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	75
11. APÉNDICE.....	¡Error! Marcador no definido.

ÍNDICE TABLAS

Tabla 1 Objetivos Del Proyecto De Investigación.....	4
Tabla 2 Principios Del Comportamiento Innovador	14
Tabla 3 Tipos De Comportamiento Innovador	18
Tabla 4 Tipos De Comportamiento Innovador	19
Tabla 5 Organizaciones Del Comportamiento Innovador	25
Tabla 6 Tipos De Comportamiento Innovador	28
Tabla 7 Cálculo De Estadísticas De Fiabilidad De Comportamiento Innovador Total Y Por Constructos	38
Tabla 8 Cálculo De Estadísticas De Fiabilidad De Comportamiento Innovador Por Dimensión	40
Tabla 9 Cálculo De La Validez Del Instrumento.....	41
Tabla 10 Información Sociodemográfica.....	49
Tabla 11 Información Sociodemográfica.....	51
Tabla 12 Baremación Comportamiento Innovador_Generación De Ideas	53
Tabla 13 Baremación Comportamiento Innovador_Búsqueda De Ideas.....	54
Tabla 14 Baremación Comportamiento Innovador_Comunicación De Ideas	56
Tabla 15 Baremación Comportamiento Innovador_ Actividades De Iniciación De La Implementación.....	57
Tabla 16 Baremación Comportamiento Innovador_ Incluir A Otros	59
Tabla 17 Baremación Comportamiento Innovador_ Superar Obstáculos	60
Tabla 18 Baremación Comportamiento Innovador_ Resultados Innovadores	62
Tabla 19 Estrategias De Implementación	66

ÍNDICE FIGURAS

Figura 1 Comportamiento Innovador	13
--	----

PLAN DE INVESTIGACIÓN (PROYECTO)

La estructura del plan de investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Cotopaxi se detalla a continuación:

1. INFORMACIÓN GENERAL

Título del Proyecto:

“Comportamiento Innovador en la entidad financiera CACPECO Ltda.”.

Fecha de inicio: 11 de abril de 2023

Fecha de finalización: marzo 2024

Lugar de ejecución: Provincia de Cotopaxi - Latacunga - C. Fernando Sánchez de Orellana

Facultad que auspicia: Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas

Carrera que auspicia: Carrera de Gestión del Talento Humano

Proyecto de investigación generativo vinculado: Proyecto de la Carrera de Gestión del Talento Humano.

Nombre: Indira Dayanna Sáenz Espín.

C.I: 0959312661.

Área de Conocimiento:

Administrativa

Línea de investigación: Administración y economía para el desarrollo sostenible de organizaciones.

Sub línea: Estudios del Trabajo y Gestión Humana en las organizaciones del siglo XXI

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En épocas pasadas, el énfasis predominante se situaba en la eficiencia operativa y la estandarización de procesos. Las empresas buscaban métodos y prácticas que optimizan la producción y reducen los costos, a menudo adoptando enfoques de línea de montaje y estructuras jerárquicas rígidas. La estandarización era vista como una manera eficaz de lograr consistencia en la producción. En este contexto, el comportamiento innovador no siempre se consideraba esencial para el éxito a largo plazo ya que la mentalidad dentro de las organizaciones estaba orientada a la mejora continua de los procesos existentes y no la búsqueda de nuevas formas de hacer las cosas. La estabilidad en los mercados y el relativo control del entorno empresarial contribuyeron a la percepción de que la innovación no era una prioridad inmediata.

En esta etapa de la historia la cual es caracterizada por la rapidez que se logra presenciar en un entorno global dinámico y altamente competitivo es necesario innovar, explorar nuevas alternativas que no solo permitan estar a la par de la competencia, sino que también lideren con objetividad. Por esta razón el comportamiento innovador es muy valioso ya que es un elemento esencial para la adaptabilidad y el crecimiento en distintos ámbitos. La capacidad de innovar se rige como una fuerza motriz indispensable para el progreso individual, social y organizacional. Las empresas al adoptar una mentalidad innovadora no sólo aseguran su competitividad en un mercado que muchas veces se encuentra saturado y en constante cambio, si no que de igual forma fortalecen su capacidad de adaptación a nuevos desafíos.

En un contexto empresarial inmerso en la evolución, es indispensable mirar hacia adelante y estudiar la importancia de contar con colaboradores dispuestos a implementar un comportamiento innovador. Esto no solo representa un cambio de perspectiva, sino también una

transformación profunda hacia una mentalidad proactiva, marcando una auténtica revolución en la forma en que las organizaciones conciben el progreso. En este nuevo lienzo empresarial, las estructuras jerárquicas ceden espacio a modelos más flexibles y colaborativos, permitiendo que las ideas florezcan desde cualquier orientación de la organización. La conciencia de los beneficios estratégicos de la innovación se expande, revelando un horizonte amplio de posibilidades para aquellas empresas dispuestas a enfrentarse en el territorio de la creatividad y el riesgo calculado. Este enfoque no sólo redefine la relación entre empleados y empresa, sino que también establece un terreno fértil para la emergencia de una cultura organizacional vibrante y orientada al futuro.

El fomentar un comportamiento innovador en los colaboradores conlleva una serie de beneficios consigo como el desarrollo profesional, la satisfacción laboral, flexibilidad, adaptabilidad, entre otros. La Gestión del Talento Humano ha evolucionado más allá de su función tradicional de reclutamiento y desarrollo de competencias. Actualmente, es considerado como un pilar fundamental para estimular y nutrir el comportamiento innovador dentro del entorno empresarial, ya no se rige únicamente a la promoción de habilidades específicas, sino que se extiende a la creación de una cultura organizacional que fomente la creatividad y la disposición de enfrentar desafíos.

Investigaciones recientes, han abordado esta temática. El trabajo de Janssen (2000) ha sido ampliamente reconocido en el ámbito de la investigación sobre la temática del comportamiento innovador. Su contribución radica en haber proporcionado una definición clara y concisa, también desarrolló una escala de medición que se ha convertido en un referente común con temas relacionados; brindando así una herramienta confiable para la evaluación cuantitativa. El comportamiento innovador se traduce como un proceso multifacético que va más allá de la

mera generación de ideas originales, de modo que la ejecución exitosa requiere no solo de habilidades técnicas, sino también una mentalidad perseverante y la capacidad de adaptarse a medida que la innovación se integre en el entorno laboral.

Frente a lo expuesto, el presente estudio plantea el siguiente problema científico a resolver: ¿De qué manera se manifiesta el comportamiento innovador en los colaboradores de una entidad financiera cooperativa?

1.1. Objetivo General

- Analizar el comportamiento innovador dentro de una entidad financiera.

Tabla 1

Objetivos del Proyecto de Investigación

Objetivos Específicos	Actividades	Cronograma	Productos
1. Fundamentar desde el plano teórico y conceptual el comportamiento innovador dentro de una entidad financiera.	Exploración de literatura, revisión de revistas científicas, y examen de archivos multimedia o cualquier otro material para análisis.	Octubre - Noviembre	Marco teórico
2. Diagnosticar a través de una estructura metodológica el impacto del comportamiento innovador dentro de una entidad financiera.	Análisis de resultados generados por el programa estadístico SPSS.	Noviembre - Enero	Datos para realizar el análisis del comportamiento innovador en CACPECO
3. Plantear estrategias que impulse el comportamiento innovador dentro de una entidad financiera.	Diseñar estrategias alineadas a las 7 dimensiones de Janssen.	Enero- Febrero	Estrategias para impulsar el comportamiento innovador

2. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO TÉCNICA

2.1. Antecedentes.

Para elevar la competitividad de las empresas españolas, Gómez y Mendizábal (2019) refutan:” En su estudio investigan los factores que influyen en las prácticas innovadoras de las empresas de economía social en la comunidad autónoma de Castilla y León. Los resultados del análisis de variables y del perfil innovador son valiosos tanto para mejorar la competitividad de las empresas de economía social como para las Administraciones Públicas que buscan fomentar la innovación en el conjunto de empresas”.

Los hallazgos derivados del análisis, exponen elementos esenciales del perfil innovador; proporcionan una dirección crucial tanto para aumentar la competitividad de las empresas de economía social como para dirigir las iniciativas de las Administraciones Públicas en la estimulación de prácticas innovadoras. Los resultados del análisis ofrecen nueva evidencia empírica a nivel regional sobre los factores que condicionan el comportamiento innovador de las empresas de economía social en la comunidad autónoma de Castilla y León. A pesar de que el estudio es de naturaleza transversal y se circunscribe a un ámbito territorial específico, sus hallazgos no pueden extrapolarse directamente a otras áreas geográficas. No obstante, estos resultados pueden servir como orientación valiosa para las empresas de economía social al tomar decisiones estratégicas, ya que la innovación se posiciona como un factor clave para mantener e incrementar la competitividad en el actual contexto económico. Además, las conclusiones pueden resultar igualmente útiles para las Administraciones Públicas, proporcionando insights valiosos para la formulación de políticas destinadas a fomentar la innovación empresarial en general y, de manera específica, en el sector de la economía social.

Investigaciones realizadas en España por Jordá y Ruiz (2020) sobre. “identificar las características de los sistemas o redes que facilitan el flujo en el proceso de innovación. Esto se hace con el objetivo de entender cuán extendida está la difusión y transferencia de conocimiento en cada área geográfica y en el conjunto de Andalucía”. (pág. 317). Esta investigación analizó las características de los sistemas de flujo del proceso innovador para comprender la difusión y transferencia de conocimientos en distintos ámbitos territoriales y en la totalidad de Andalucía. Los resultados de la investigación señalaron que las condiciones económicas y la concentración geográfica ejercieron una influencia significativa en cómo las empresas innovan. En sectores con mucho conocimiento, se necesitaba más colaboración externa, mientras que las áreas rurales mostraron una innovación limitada debido a su aislamiento. En las ciudades medianas, la presencia de grandes empresas y la competencia por estándares más altos impulsaron la innovación. Las áreas urbanas fueron centros activos de innovación, con empresas especializadas.

Investigaciones efectuadas en Venezuela por Berroterán (2023) refiere: “La innovación conlleva a procesos de cambio en las estructuras sociales de poder cuya dinámica podría converger en procesos de socialización, que impactan la conducta y comportamiento de los trabajadores”. (pág. 13). Este planteamiento implica que el comportamiento innovador no sólo transforma los procesos internos y productos financieros, sino que también tiene el potencial de influir en la dinámica social y la conducta de los ciudadanos. Dentro de la investigación se explica que las sociedades innovadoras se caracterizan por la integración de componentes como el capital humano, un sistema educativo de calidad, políticas públicas efectivas y un entorno institucional favorable a nuevas ideas. Ofrecen múltiples incentivos a las empresas, fortalecen la relación entre Investigación y Desarrollo y el sector universitario, generando bienestar y calidad

de vida. En el contexto latinoamericano, la innovación no se limita a la aplicación de resultados de Investigación y Desarrollo, sino que surge de la dinámica y demanda social, así como de la reestructuración societal. La evolución conceptual impacta en la dirección de la innovación en Latinoamérica, exigiendo adaptación a los cambios y dinámicas emergentes en estas sociedades en desarrollo.

Resulta relevante abordar la necesidad de fomentar la innovación en empresas específicas Góngora et al. (2019) señalan:

Este análisis sobre la conexión entre la innovación, las subvenciones gubernamentales y el rendimiento en las pequeñas y medianas empresas PYME del sector manufacturero es relevante debido a la necesidad de apoyo que estas empresas requieren en esta región específica de México. El estudio toma en cuenta aspectos fundamentales que sirven como referencia para comprender el comportamiento innovador en estas empresas. (pág. 01).

Se puede destacar la importancia de investigar la relación entre innovación, ayudas públicas y rendimiento en las PYMEs manufactureras de una región mexicana. La necesidad apremiante de impulsar la innovación en estas empresas locales subraya la relevancia del estudio. Al explorar las características geográficas y económicas específicas de la región, el enfoque ofrece valiosos conocimientos que iluminan el comportamiento innovador de las PYMEs, contribuyendo a una comprensión más amplia de cómo las políticas públicas influyen en la innovación empresarial en diversas áreas geográficas.

La investigación aborda el comportamiento innovador, explorando las transformaciones en la dinámica de las empresas industriales en Colombia mediante el análisis de sus recursos, esfuerzos tecnológicos y actividades estratégicas. Malaver y Vargas (2019) señalan:

En este artículo se evalúa los cambios en el comportamiento innovador de las empresas industriales en Colombia. Esto se logra mediante el análisis de los recursos y esfuerzos tecnológicos realizados por las empresas, las actividades llevadas a cabo, las capacidades de enlace desplegadas, y los resultados e impactos de estas acciones. (pág. 39)

Esta referencia destaca la importancia de evaluar los cambios en el comportamiento innovador de las firmas industriales en Colombia. La evaluación se realiza a través del análisis de diversos aspectos, como los recursos y esfuerzos tecnológicos de las empresas, las actividades que desarrollan y sus capacidades de enlace. El enfoque es integral, considerando varios aspectos clave que contribuyen al entendimiento profundo de la dinámica innovadora en el contexto industrial colombiano.

Las universidades ecuatorianas han desarrollado directrices de comportamiento innovador para captar un perfil creativo. Según Ascencio et al. (2020) enfatizan: “En el contexto de este estudio, se analiza el comportamiento innovador en universidades ecuatorianas en la región costa; por constituirse en una alternativa que agrega valor al desarrollo del país, y a los objetivos que se plantean las Instituciones de Educación Superior” (pág. 358). Se aborda el análisis del comportamiento innovador en universidades ecuatorianas, destacando su papel como una alternativa que contribuye al desarrollo del país vinculando la innovación con los objetivos planteados por estas instituciones de educación superior.

De acuerdo a los estudios relacionados al comportamiento innovador se plantea un enfoque integral sobre la coordinación laboral y planes estratégicos. Según Castro y Castillo (2015) refutan:

Uno de los descubrimientos de la investigación indica que la formación en comportamiento innovador y la creación de empresas deben enfocarse en el desarrollo de habilidades tales como la gestión de equipos de trabajo y la elaboración de planes de negocios desde la concepción de una idea. Esto debería realizarse en conformidad con el marco legal y las políticas que promueven el desarrollo endógeno del territorio. (pág. 01)

En consideración al análisis de los autores, destaca la necesidad de desarrollar competencias como la gestión de equipos y la elaboración de planes de negocios. En el contexto de una entidad financiera, esto subraya la relevancia de cultivar un talento humano con habilidades para liderar equipos y entender el marco legal, alineándose con las políticas que impulsan el desarrollo local y sostenible. Los hallazgos logrados en esta investigación sugieren que la formación en emprendimiento innovador constituye un espacio donde el desarrollo de las competencias para el emprendimiento pudiera contribuir a la investigación, desarrollo, innovación, y planeamiento que ha de sustentarse en las siguientes reflexiones.

Dentro de la investigación se aborda la necesidad de fomentar el liderazgo cuántico y el comportamiento innovador en instituciones financieras ecuatorianas. Álvarez y Chicaiza (2023) exponen.

Los resultados de esta investigación podrían generar un impacto positivo no solo en el sector cooperativo ecuatoriano, sino también en campos relacionados, incentivando la adopción de prácticas de liderazgo más empáticas y colaborativas. Además, se busca fomentar un comportamiento innovador que impulse el desarrollo sostenible y contribuya al bienestar social en general. (pág. 03).

Los autores sugieren que los resultados de la investigación tienen el potencial de impactar positivamente el sector financiero, al impulsar la adopción de prácticas de liderazgo más empáticas y colaborativas. La búsqueda de fomentar un comportamiento innovador, destaca la importancia de cultivar un talento humano en el ámbito financiero. Esto no solo impulsa el desarrollo sostenible, sino que también contribuye al bienestar social, subrayando la relevancia del comportamiento innovador en la gestión del talento.

3. MARCO TEÓRICO

3.1 Definición o contextualización del comportamiento innovador

Raykov (2020) señaló que “La innovación se traduce como un proceso en el cual se extrae valor económico o social a partir del conocimiento; mediante la transformación de dicho conocimiento para producir nuevos productos o procesos que la sociedad pueda utilizar.” (pág. 01). Según la visión del autor se define a la innovación como un proceso que implica la extracción de valor económico o social a partir del conocimiento. La esencia de la innovación radica en transformar dicho conocimiento para generar nuevos productos o procesos beneficiosos para la sociedad en general.

Partiendo de este punto, Jong y Hartog (2019) destacan que “Este comportamiento innovador hace referencia a la búsqueda de oportunidades, elaboración creativa de ideas, para poder sugerir cambios cuando sean necesarios e innovar en procesos para mejorar el desempeño de una organización.” (pág. 13). Conforme a la apreciación de ambos autores se describe el comportamiento innovador como la acción de buscar oportunidades y desarrollar creativamente

ideas con el propósito de proponer cambios cuando sea pertinente, esto implica la innovación en los procesos con el objetivo de mejorar el rendimiento de una organización.

De acuerdo con la investigación relacionada al comportamiento innovador efectuada por Saeed et al. (2019) describen:

En el ámbito laboral, comportarse de forma innovadora implica la elaboración e implementación de ideas creativas con relación a los diferentes servicios, productos y procesos que conforman una empresa o una institución, lo cual incluye una fácil adaptación a los cambios y a los comportamientos requeridos para poder diseñar y realizar estas ideas. (pág. 207)

Según la interpretación proporcionada por el autor dentro del contexto laboral, exhibir un comportamiento innovador implica generar y poner en práctica ideas creativas en relación con los distintos servicios, productos y procesos que constituyen una empresa o institución. Este enfoque no solo abarca la capacidad de adaptarse fácilmente a los cambios, sino también la disposición para adoptar los comportamientos necesarios con el fin de concebir y llevar a cabo estas ideas de manera efectiva.

Por otro lado, Momeni et al. (2021) en su investigación sobre el efecto de la autoeficacia de los empleados en el comportamiento laboral Innovador enfatizan que:

"El comportamiento innovador en el trabajo" se define como "el desarrollo intencional, la introducción y aplicación de nuevas ideas dentro de un rol laboral, grupo u organización con el propósito adecuado de mejorar el rendimiento del grupo u organización".

Siguiendo el análisis presentado por los autores, el comportamiento innovador en el ámbito laboral se caracteriza por la deliberada creación, introducción y aplicación de nuevas ideas en un rol, grupo u organización, con el objetivo específico de mejorar el desempeño colectivo. Asimismo, implica una actitud proactiva hacia la generación de soluciones novedosas que contribuyan al crecimiento y la eficiencia del equipo u organización en cuestión.

En el presente apartado se puede considerar que el comportamiento innovador está conformado a partir de prácticas personales. Velásquez (2023) refiere:

El comportamiento personal que incrementa el rendimiento y ayuda a cumplir metas colectivas, innovación, competitividad e incremento de ganancias se relaciona con el grado de confianza en los líderes, la organización y los compañeros de trabajo. (pág. 07)

De acuerdo al análisis del autor, la confianza en los líderes, la organización y los compañeros de trabajo está relacionada con el comportamiento personal que incrementa la innovación. Esto se debe a que la confianza genera un sentido de seguridad y pertenencia, lo que motiva a las personas a trabajar arduamente y a contribuir más al equipo.

Fernández et al. (2019) mencionan:

Los estudios sociales sobre el comportamiento innovador, en particular la perspectiva de los sistemas de innovación dominante en las dos últimas décadas, prestan especial importancia a aspectos institucionales de los sistemas de I+D+I como los valores y la cultura de la organización. (pág. 30)

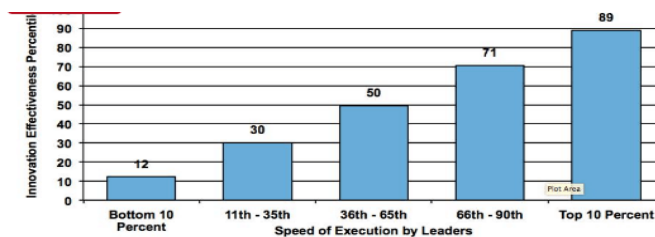
Dada la explicación del autor, en el contexto de la cita, el criterio propuesto sugiere que las organizaciones que desean promover el comportamiento innovador deben prestar especial atención a sus valores y cultura. Estas organizaciones deben asegurarse de que sus valores y cultura estén alineados con el objetivo de la innovación.

El área de recursos humanos requiere de mecanismos para incentivar el desarrollo organizacional. Según González et al. Señalan: "El comportamiento innovador se ha convertido en una importante variable estratégica. La necesidad de adaptarse a los cambios, en una actividad determinante para la obtención de importantes ventajas competitivas". (pág. 05). En consideración al análisis del autor, sugiere que las entidades financieras deben invertir en una estrategia viable como es el comportamiento innovador para mantener o mejorar su competitividad. Las entidades financieras deben desarrollar nuevas ideas y productos que satisfagan las necesidades cambiantes de los clientes.

El comportamiento innovador es un fenómeno que se desarrolla a lo largo de los años en los diferentes países, especialmente aplicado a las organizaciones según un estudio realizado por BBVA demuestra cifras sobre la evolución de esta temática, en el siguiente gráfico:

Figura 1

Comportamiento Innovador



Adaptado de: Vilá, J. (2018).

El estudio representado en la figura, demuestra que 57.113 líderes evaluaron su velocidad de ejecución y su capacidad de innovación. Los resultados mostraron que los líderes más lentos también son los menos innovadores, con un promedio de 12 percentiles en su capacidad de innovar. Por el contrario, los líderes más rápidos son los más innovadores, con un promedio de 89 percentiles en su capacidad de innovar.

3.1.1 Principios del comportamiento innovador

El comportamiento innovador promueve prácticas orientadas a las diferentes áreas de la organización, de modo que los principios proporcionan directrices para ejecutar dichas actividades. Según Vila (2020) refiere:

Tabla 2

Principios del comportamiento innovador

Principios	Características
Los líderes crean una visión conjuntamente con sus colaboradores.	Los líderes eficaces colaboran con sus equipos para construir una visión compartida en lugar de adoptar un enfoque directivo.
Los líderes que fomentan la innovación se caracterizan por tener una amplia experiencia.	Un extenso interés intelectual (eje horizontal) respaldado por una amplia experiencia y conocimiento en tecnología (eje vertical).

Generan confianza.	Se resalta notablemente la cualidad de confiar tanto en su equipo como en sus colegas, estableciendo un efecto recíproco.
Voluntad para desafiar constantemente el «status quo».	Centran su atención en tomar decisiones basadas en lo correcto, sin verse influenciados por consideraciones políticamente correctas.
Anhelan estar informados e informar (compartir).	Los líderes innovadores están constantemente en búsqueda de toda la información relevante y necesaria.
Fijan metas desafiantes.	Ofrecen a sus colaboradores desafíos y oportunidades que les permiten alcanzar objetivos que podrían considerar inicialmente inalcanzables.
Los líderes innovadores se mueven con rapidez.	Consideran que las tareas no deben postergarse ni demorarse; aprovechan las oportunidades con eficacia.
Destacan en el trabajo en equipo.	Fomentan situaciones y oportunidades en las que el equipo puede crear algo de valor conjunto, generando así "sinergia".
Valoran la diversidad y la inclusión.	Los líderes innovadores comprenden que el proceso creativo se nutre al unir e integrar a

personas con perspectivas y experiencias
notablemente diversas.

Adaptado de: Vilá, J. (2018).

Los principios del comportamiento innovador son esenciales para el éxito de las entidades financieras. Las entidades financieras que promueven estos principios son más propensas a ser innovadoras y a tener éxito en el mercado. La toma de riesgos es importante para que las entidades financieras puedan probar nuevas tecnologías y estrategias.

Por otro lado, el comportamiento innovador denota la democracia como factor elemental para cumplir con los procesos de innovación en el área de talento humanos, Marcuello y Saz (2018) refieren:

Los principios de comportamiento pueden influir positivamente en la capacidad innovadora, especialmente mediante el uso de la democracia como criterio fundamental para la toma de decisiones internas, la habilidad para abordar nuevos nichos de mercado y la disposición a emplear la intercooperación empresarial en sus actividades. (pág. 255)

Las entidades financieras al compartir recursos y conocimientos con otras entidades, provocan acelerar el proceso de comportamiento innovador. Además, estas entidades financieras adoptan los principios de comportamiento democrático, de apertura al mercado y de colaboración empresarial son más propensas a ser innovadoras y a tener éxito en el mercado.

3.1.2 Tipos de comportamiento innovador

Esta disciplina genera diferentes alcances estratégicos del comportamiento innovador dentro de la organización. Según Calle (2022) refiere:

1. El comportamiento innovador de clan (consenso) prima la cohesión, la participación y el trabajo en equipo, y consigue el compromiso de los empleados a través de la coherencia organizacional, valorando más la satisfacción individual que los objetivos financieros y de mercado.
2. El comportamiento innovador (emprendedor) se caracteriza por valores como la innovación, la creatividad y la adaptabilidad, y por creencias como la flexibilidad y la tolerancia.
3. El comportamiento innovador (competitiva) prima el logro de objetivos, la productividad y la eficiencia en el contexto de un enfoque hacia el exterior, que asigna una mayor importancia a los sistemas formales con la utilización de procesos instrumentales sin necesidad de recurrir a otros procesos de información.
4. El comportamiento innovador (burocrática) da una mayor importancia al orden, las normas y las regulaciones, de tal forma que toda la actividad de la empresa permanezca bajo un control y evaluación permanente. (pág. 12)

Los cuatro tipos de comportamiento innovador ofrecen diferentes enfoques para la innovación. Las instituciones financieras pueden utilizar estos enfoques para adaptarse a diferentes entornos y desafíos. Se basa en la creencia de que la innovación es esencial para el éxito en un entorno competitivo, la creencia de que la innovación debe estar controlada y regulada para garantizar la eficacia.

Por otra parte, los tipos de comportamiento innovador orientan a las diferentes organizaciones una toma de decisiones asertiva con respecto a su gestión. De acuerdo con Di Benedetto (2006); Terwiesch y Ulrich (2008); Dahan y Mendelson (2001), como se citó en Varela (2015) ilustran:

Tabla 3

Tipos de comportamiento innovador

Tipo de estructura	Descripción	Beneficios	Limitaciones	Referencias
Lineal	Un proceso con etapas relativamente fijas, discretas y secuenciales.	Dispone de la representación simple y eficaz de la lógica y el flujo de procesos.	No considera los comportamientos dinámicos y relaciones asociadas con las causas.	Wheelwright y Clark (1992); Khurana y Rosenthal (1997); Cooper (2001); Crawford y Di Benedetto (2006)
Recursiva	Un proceso con múltiples retornos y paralelamente entre las etapas de resultados.	Representa la naturaleza dinámica y fluida del proceso. Adecuando las innovaciones más radicales.	Supone un comportamiento similar en todos los procesos y no representa la inestabilidad estructural y	Koen et al. (2002); Sandmeier et al. (2004); Terwiesch y Ulrich (2008).

			comportamiento del proceso.	
Caótica	Las conexiones y flujos están presentes en las etapas iniciales.	Reconoce diferentes comportamientos del sistema y acepta los efectos de las causas acumulativas. Apropiada para buscar y explorar los aspectos radicales.	Se centra en las diferentes áreas o etapas y asume la configuración global del proceso es fija.	Thomke et al, (1998); Dahan y Mendelson (2001).

Adaptado de: Varela (2015).

Los tipos de comportamiento innovador son una forma de clasificar las diferentes formas en que las organizaciones pueden fomentar la innovación. Estos tipos se basan en diferentes valores, creencias y enfoques, y pueden ser utilizados por las organizaciones para adaptar su enfoque a diferentes entornos y desafíos.

El alcance del comportamiento innovador en las organizaciones depende del enfoque que la empresa requiera implementar. Según Noreña et al. (2021) representa:

Tabla 4

Tipos de comportamiento innovador

Autores	Tipos de comportamiento innovador
----------------	--

Janssen (2005)	<ul style="list-style-type: none"> ● Generación de ideas ● Promoción ● Ejecución para mejorar el desempeño de las organizaciones
Carmeli et al (2006)	<ul style="list-style-type: none"> ● Reconocimiento de un problema ● Creación de ideas y soluciones ● Trabajo y promoción ● Creación de prototipos
Messmann y Mulder (2011)	<ul style="list-style-type: none"> ● Observación ● Adaptación de ideas ● Creación de estrategias y acción ● Búsqueda de aliados

Adaptado de: Norena-Chavez, D., Céliz-Kuong, J. O., & Guevara, R. (2021).

Las entidades financieras que operan en un entorno estable y maduro pueden centrarse en el comportamiento innovador de clan para crear un entorno de trabajo colaborativo y satisfactorio para los empleados. Esto puede ayudar a las entidades financieras a retener y atraer talento, y a crear una cultura de innovación. Esto puede ayudar a las entidades financieras a mantenerse al día con la competencia y a satisfacer las necesidades cambiantes de los clientes.

3.1.3 Paradigmas y gestión del comportamiento innovador

Los paradigmas determinan las acciones que determinan la estabilidad y progreso como factor de cambio. Según Pont (2016) refiere:

Los nuevos paradigmas de comportamiento innovador y gestión pública se encuentran en un periodo inicial, cuyas primeras manifestaciones prácticas se traducen en una convergencia entre nuevas formas de gobernanza y transparencia y propuestas no-institucionales (alternativas). Las prácticas surgidas del movimiento Transition Town son una excepción. Fundamentadas en conceptos diferentes (sustentabilidad económica, ecológica y humana) y la Gerencia social, es posible definirlo como la emergencia de un nuevo paradigma. (pág. 22)

Las organizaciones pueden utilizar los paradigmas del comportamiento innovador para mejorar su capacidad de innovación. El enfoque más adecuado para cada organización dependerá de su entorno específico y de sus objetivos. Los paradigmas del comportamiento innovador son un conjunto de creencias, valores y supuestos que guían la forma en que las organizaciones se acercan a la innovación. Estos paradigmas pueden influir en la forma en que las organizaciones identifican oportunidades de innovación, desarrollan nuevas ideas y las implementan.

No obstante, los paradigmas del comportamiento innovador sugieren un elemento fundamental que orienta las prácticas del talento humano. Según Morado (2018) refiere:

-Totalidad / diversidad: Todos los sistemas, ya sean orgánicos o inorgánicos, en el universo están en constante proceso de adaptación y evolución, impulsados por interconexiones múltiples y diversas que están holísticamente interrelacionadas.

-Interdependencia / re-ligazón / autonomía relativa: Todos los seres interconectados dependen unos de otros para sobrevivir, pero al mismo tiempo, cada uno mantiene su autonomía.

-Relación / campos de fuerza: Todos los seres viven en un entramado de relaciones; más allá de eso, no existen. Todo se encuentra dentro de campos de relaciones.

-Complejidad / interioridad: Todo en el universo está impregnado de energías con diversos grados de complejidad e interacción, y el universo puede ser percibido como una totalidad inteligente y autoorganizada. Existe una organización interna que permite la interacción; de esta manera, se crea un hilo conductor que da lugar a un caos generativo y a un orden abierto a interacciones.

-Complementariedad, reciprocidad, caos: Toda la realidad se manifiesta en forma de partícula y onda, de energía y materia, orden y desorden, caos y cosmos; y esto se extiende también al nivel humano.

-Flecha del tiempo / entropía: Todo lo que existe, preexiste y coexiste. Las relaciones en el tiempo tienen un carácter irreversible; se abren hacia un futuro no predecible y no concluido, sino lleno de potencialidades.

-Destino común / personal: A través de la interconexión planetaria, todos los seres comparten un destino común; sin embargo, dentro de ese destino, cada ser se desarrolla de manera individual.

-Bien cósmico / bien común particular: El bien común individual surge de la dinámica del bien general.

-Creatividad / destructividad: El ser humano está constantemente interactuando con su entorno, interviniendo en el ritmo de la naturaleza, y, en su calidad de ser ético, tiene la capacidad de evaluar las consecuencias de sus acciones.

-Actitud holística / ecológica: La actitud de apertura y la interactividad permiten superar el enfoque histórico antropocéntrico; se establece una sinergia con el universo.. (pág. 10)

Las entidades financieras que operan en un entorno estable y maduro pueden centrarse en el paradigma de la innovación incremental para mejorar sus productos y servicios existentes. Esto puede ayudar a las entidades financieras a mantenerse al día con las tendencias del mercado y a satisfacer las necesidades de los clientes.

Los cambios que presenta el entorno interno y externo al de la organización, conduce a una sociedad corporativa a adaptarse varios escenarios. Según Acuña et al. (2019) refiere:

Los nuevos paradigmas del comportamiento innovador y de la información en la sociedad del siglo XXI, impulsados por el acelerado desarrollo de la ciencia y la tecnología y los desafíos impuestos por el mercado global, orientan los procesos de cambio al interior de los países y de la competitividad en el mercado internacional. (pág. 03)

El acelerado desarrollo de la ciencia y la tecnología está generando nuevas oportunidades de innovación, que requieren de una mayor capacidad de adaptación y flexibilidad por parte de las organizaciones. Las instituciones financieras que adopten los nuevos paradigmas del comportamiento innovador y de la información serán más competitivas en el mercado global. El

acelerado desarrollo de la ciencia y la tecnología está generando nuevas oportunidades de comportamiento innovador en el sector financiero.

La gestión es uno de los elementos clave para acelerar el cumplimiento de objetivos. Pons y Ramos (2012) mencionan: “Las prácticas de gestión de comportamiento innovador señalan el compromiso de la organización. En reciprocidad, los empleados corresponden mejorando la percepción sobre su propio compromiso con la organización” (pág. 07)

Este proceso consiste en crear una cultura de innovación en la organización, que promueva el pensamiento creativo, la resolución de problemas y la colaboración entre los empleados. Las instituciones financieras que gestionan de manera efectiva el comportamiento innovador en talento humano estarán en una mejor posición para aprovechar las nuevas oportunidades de innovación, adaptarse a los cambios del mercado y competir de manera más efectiva.

Es importante destacar la importancia del conocimiento para que este sea factor de retroalimentación para el comportamiento innovador. Meroño y López (2015) señalan: “La visión tradicional donde la gestión del conocimiento influye positivamente sobre la innovación, la complementamos analizando la adopción de sistemas de gestión del conocimiento como consecuencia de las necesidades derivadas del comportamiento innovador” (pág. 88)

El comportamiento innovador, por su parte, genera nuevas ideas que pueden ser capturadas y compartidas a través de sistemas de gestión del conocimiento. La gestión del conocimiento y el comportamiento innovador en talento humano son dos pilares fundamentales para la innovación en las instituciones financieras.

La gestión debe considerar diferentes ámbitos planificados o inesperados. Zuluaga y Patiño (2015) mencionan: “Las organizaciones que están involucradas con la prestación de servicios y ejecución de políticas serán inducidas al comportamiento innovador, siempre y cuando tengan suficiente autonomía en su gestión y al mismo tiempo estén sometidas a trabajar bajo presión” (pág. 19)

La autonomía en la gestión y el trabajo bajo presión son factores que pueden impulsar el comportamiento innovador en las instituciones financieras. La autonomía en la gestión permite a las instituciones financieras tomar sus propias decisiones y experimentar con nuevas ideas.

3.1.3 Organizaciones del comportamiento innovador

Las organizaciones del comportamiento innovador están relacionadas a un entorno de constantes cambios y perspectivas. Mintzberg (1979); Tidd et al. (1997: 313-314); Lam (2000), como se citó en Lam (2020) refiere:

Tabla 5

Organizaciones del Comportamiento Innovador

Arquetipo de organización	Características principales	Potencial innovador
Estructura simple	Tipo orgánico controlado centralmente por una semana, aunque puede responder con rapidez a los cambios del entorno.	Emprendedora y a menudo muy innovadora, en una búsqueda constante de entornos de alto riesgo. Sus debilidades son la

		vulnerabilidad a los errores de juicios individuales.
Burocracia mecánica	Organización mecanicista caracterizada por un alto nivel de especialización, estandarización y control centralizado. Esfuerzo constante por sistematizar las tareas por medio de la formalización de las destrezas y experiencia de los trabajadores.	Diseñada por la eficiencia y la estabilidad. Resuelve bien los problemas rutinarios, pero es muy rígida y no puede responder a la novedad y cambios.
Burocracia profesional	Forma mecanicista descentralizada que confiere un alto grado de autonomía a los distintos profesionales. Se caracteriza por la especialización individual y funcional, con una concentración de estatus y poder de los expertos autorizados.	Los especialistas pueden mostrar innovación en un dominio específico, pero las dificultades relacionadas con la coordinación de diversas funciones y disciplinas imponen límites significativos a la capacidad innovadora de la organización en su conjunto.
Forma divisional	Forma orgánica descentralizada de las organizaciones casi autónomas se encuadran de un modo flexible dentro de una estructura administrativa	Capacidad para concentrarse en el desarrollo de competencias en nichos concretos. Entre sus debilidades se incluyen la tendencia a alejarse de las

	central. Asociada normalmente con organizaciones más grandes.	iniciativas centrales de I+D para primeros esfuerzos locales y competición entre divisiones.
Adhocracia	Organización muy flexible centrada en los proyectos y diseñada para responder a la inestabilidad y complejidad. Los equipos encargados de resolver los problemas se pueden reconfigurar con rapidez en función de las exigencias del mercado y cambios externos.	Puede aprender y desaprender con rapidez, y tiene una gran capacidad de adaptación e innovación. Sin embargo, por su estructura inestable es proclive a tener una vida corta y con el tiempo puede acercarse a la burocracia.

Adaptado de: Lam, A. (2020).

Las organizaciones que promuevan el comportamiento innovador en talento humano serán más exitosas en el entorno competitivo del siglo XXI. El comportamiento innovador es la capacidad de los empleados para generar nuevas ideas y soluciones a problemas. Una institución financiera está sometida a desarrollar nuevas ideas para productos y servicios financieros que satisfagan las necesidades de los clientes.

Las organizaciones del comportamiento innovador a lo largo de los años han desarrollado nuevas adaptaciones para enfrentar el mercado. Rodríguez et al. (2017) refiere:

Tabla 6

Tipos de Comportamiento Innovador

Closed Innovation	Open Innovation
<ul style="list-style-type: none">● Modelo lineal de innovación● En la organización trabajan los mejores expertos en esta área● La organización tiene que descubrir, desarrollar y distribuir el producto por sí misma para aprovechar su I+D● La primera empresa que introduce una innovación en el mercado ganará● Las organizaciones que más y mejores ideas crean en el mercado, ganarán● La organización debe controlar sus patentes industriales para que la competencia no se aproveche de ellas	<ul style="list-style-type: none">● Modelo abierto de innovación● No todos los mejores expertos trabajan en la organización● El I+D externo puede generar mucho valor para la organización● La I+D no tiene por qué generarse internamente para ser rentable● Un modelo de negocio adecuado es más importante que llegar el primero al mercado● Tanto las ideas surgidas tanto del interior como del exterior son esenciales para la organización● Las organizaciones deben aprovecharse del uso que otros hagan de sus patentes y comprar otras si le ayudan a mejorar su modelo de negocio

Adaptado de: Rodríguez, A. et al (2017).

Estas iniciativas podrían ayudar a crear una cultura de innovación en la institución financiera, lo que podría conducir a nuevos productos y servicios, mejoras en la eficiencia y una mayor adaptación a los cambios. El programa también podría crear oportunidades para que los

empleados trabajen en proyectos interdisciplinarios. Esto podría ayudar a los empleados a aprender sobre diferentes perspectivas y a desarrollar nuevas habilidades.

3.1.4 Liderazgo del comportamiento innovador

El liderazgo relaciona a los miembros que conforman a la organización. Basu & Green, 1997, como citó a Norena et al. (2021) señalan: “El liderazgo es una forma efectiva de influenciar comportamientos innovadores la evidencia de su importancia para producir efectos innovadores es limitada” (pág. 15)

Los líderes innovadores pueden crear una cultura de innovación en la organización, que promueva el pensamiento creativo, la resolución de problemas y la colaboración entre los empleados. Esto puede deberse a que el impacto del liderazgo en el comportamiento innovador es complejo y depende de una serie de factores, como el estilo de liderazgo, la cultura organizacional y el entorno externo.

El liderazgo se orienta al comportamiento innovador a través de la generación del trabajo en equipo y generación de ideas. Según Prieto et al. (2020) refieren:

El comportamiento innovador se puede definir como la acción de un empleado dirigida a la generación, aplicación e implementación de nuevas ideas, productos, procesos y métodos en su puesto de trabajo, la unidad de departamento u organización, mostrando conceptos como los siguientes: el comportamiento innovador surge como factor de éxito para la supervivencia, generación de valor, competitividad y productividad en las organizaciones. (pág. 28)

El comportamiento innovador en talento humano es esencial para que las entidades financieras se mantengan a la vanguardia de un mercado competitivo y en constante cambio. Las entidades financieras que invierten en el comportamiento innovador en talento humano estarán mejor posicionadas para el éxito en el futuro.

3.1.5 Niveles de acción del comportamiento innovador

Los diferentes niveles que presenta el comportamiento innovador indican aspectos de estrategias objetivas y subjetivas. Ramírez y Ramírez (2018)

-Los niveles máximos conducen a idear e implantar estrategias y herramientas destinadas a incrementar el potencial del comportamiento innovador de la organización.

-Los niveles mínimos muestran comportamientos innovadores como aceptar sólo parte de las ideas innovadoras, no aportar nuevas y mostrar continuamente opciones resistentes a los cambios. (p. 01)

Los niveles máximos de comportamiento innovador en talento humano en las instituciones financieras se caracterizan por la ideación e implementación de estrategias y herramientas destinadas a incrementar el potencial de innovación de la organización. No obstante, las instituciones financieras con niveles mínimos de comportamiento innovador estarán en una desventaja competitiva.

Los niveles de comportamiento innovador pueden partir desde la introducción de ideas y se generan jerarquías empíricas dadas por la interacción de los trabajadores. Prieto (2019) señala: “Actividades tales como la creación de espacios de construcción de ideas innovadoras de manera

individual, grupal y por equipos de trabajo de todos los niveles, pueden fomentar el comportamiento innovador” (pág. 20)

Esta iniciativa podría ayudar a crear una cultura de innovación en la institución financiera, lo que podría conducir a nuevos productos y servicios, mejoras en la eficiencia y una mayor adaptación a los cambios. Estos espacios brindan a los empleados la oportunidad de compartir sus ideas, colaborar con otros y recibir retroalimentación.

3.2 Modelo de Janssen

La herramienta diseñada por Janssen (2000) para explorar el comportamiento innovador consta de 7 ítems, los cuales abordan aspectos como la generación de ideas, búsqueda de ideas, comunicación de ideas, actividades de iniciación de la implementación, inclusión de otros, superación de obstáculos y resultados innovadores. Esta herramienta fue creada con el propósito de evaluar tres aspectos esenciales del comportamiento innovador: la generación, promoción e implementación de ideas.

En palabras de Mariño (2019) “La generación de ideas generalmente está influenciada por una serie de intereses y oportunidades, tanto a nivel personal como organizacional”. Entonces se puede decir que la Generación de Ideas se refiere a la capacidad de los empleados para buscar novedades en métodos, técnicas o procesos de trabajo, y para producir nuevas ideas o enfoques frente a las problemáticas o dificultades percibidas en el ambiente laboral. Esta escala podría utilizarse para evaluar el comportamiento innovador de los empleados en instituciones financieras, y para identificar áreas en las que se podría mejorar el comportamiento innovador.

Asana (2022) expone que “La búsqueda de ideas es una actividad realizada por una persona o un equipo con el objetivo de abordar un problema o generar nuevas ideas para mejorar un producto, una organización o una estrategia.”. Según las observaciones del autor se define como un proceso realizado por un individuo o un grupo con el propósito de abordar un problema específico o generar nuevas perspectivas, con el objetivo de mejorar un producto, una organización o una estrategia. Este enfoque busca la innovación y el desarrollo, empleando la exploración creativa para encontrar soluciones efectivas que impulsen mejoras en diversos contextos.

Stanton et al. (2020), la comunicación es "la transmisión verbal o no verbal de información entre alguien que quiere expresar una idea y quien espera captarla o se espera que la capte" (pp511). Siguiendo las palabras de los autores podemos decir que dentro de la comunicación de ideas se destaca la transmisión de información entre un emisor y un receptor, ya sea de manera verbal o no verbal. En el contexto del comportamiento innovador, la comunicación juega un papel fundamental al facilitar la expresión clara de ideas innovadoras, persuadir a otros para obtener respaldo en la implementación y fomentar el intercambio de perspectivas.

Las actividades de iniciación de la implementación se considera una fase crucial en el proceso de implementar un comportamiento innovador dentro de las organizaciones Flórez (2019) señala:

La implementación consiste en hacer funcionar a los responsables de las diferentes actividades para que realicen las operaciones que se fijaron en el plan, por lo que, la

implementación es una etapa clave de la gestión de proyectos, ya que se ponen a funcionar las políticas, disposiciones y esquemas que quedaron contemplados en la planificación. (pág. 01)

La fase de implementación se caracteriza por activar a los responsables de diversas actividades con el objetivo de ejecutar las operaciones delineadas en el plan. De este modo, esta etapa se presenta como crucial en la gestión de proyectos, ya que implica la puesta en marcha de las políticas, disposiciones y esquemas previamente contemplados durante la planificación. En esta instancia, se busca la ejecución efectiva de las acciones planificadas, siendo fundamental para traducir en la práctica las estrategias y directrices concebidas en las fases anteriores del proyecto.

La importancia de involucrar a otros en el comportamiento innovador radica en el enriquecimiento del proceso creativo al integrar diversas perspectivas y habilidades. (Ramirez (2020) Declara que:

El incluir implica el dejar participar y decidir, a otros que no han sido tomados en cuenta.

El objetivo básico de la inclusión es no dejar a nadie fuera de las instituciones, tanto en el ámbito educativo y físico, así como socialmente. (pág. 01)

La inclusión en el comportamiento innovador es esencial debido a la riqueza que aporta la diversidad de perspectivas y habilidades al proceso creativo. Al facilitar la participación de individuos con nuevas ideas y enfoques, se fortalece la calidad y la efectividad de las innovaciones, evitando pasar por alto posibles contribuciones. Más allá de promover la equidad y la justicia social, la inclusión crea un entorno donde cada voz tiene la oportunidad de contribuir, fomentando la colaboración y permitiendo que la innovación florezca en un entorno diverso.

Siguiendo la visión de Agüero (2023) “superar estos obstáculos es crucial para mantener el enfoque y trabajar de manera efectiva hacia nuestras metas y objetivos”. De acuerdo a la interpretación del autor superar obstáculos en el comportamiento innovador es esencial para el progreso y el éxito en la generación de ideas novedosas. Enfrentar y resolver desafíos fomenta la creatividad y la resiliencia, permitiendo a los innovadores aprender y evolucionar a partir de las dificultades. Al superar obstáculos, se fortalece la capacidad de adaptación y se allana el camino para la implementación efectiva de innovaciones, contribuyendo así al avance continuo y al logro de resultados impactantes en el ámbito de la innovación.

Pérez y Gardey. (2021) expresan: “El resultado es la consecuencia o el fruto de una determinada situación o de un proceso” (pág. 01). Con base en lo expresado por los autores, los resultados innovadores se caracterizan por ser logros distintivos derivados de enfoques creativos y originales. Pueden manifestarse en forma de productos, servicios o procesos que sobresalen por encima de las soluciones convencionales. En última instancia, la innovación se traduce en resultados que impulsan avances y mejoras significativas en distintos ámbitos.

Al abordar conjuntamente estos ítems, se logra una comprensión más profunda de la interrelación y la influencia entre la generación de ideas, la comunicación de ideas y por subsiguiente la implementación en el comportamiento innovador. Este enfoque integral no solo enriquece la evaluación del comportamiento innovador, sino que también provee información valiosa para la formulación de estrategias y la mejora continua de los procesos innovadores.

4. MÉTODOS Y MATERIALES

4.1 Enfoque de Investigación

La presente investigación tiene un enfoque cuantitativo. Según Padilla y Marroquín (2021) afirman:

El proceso del enfoque cuantitativo se caracteriza por ser secuencial, orientado a una realidad objetiva, deductiva y probatoria. Este enfoque implica el uso de herramientas matemáticas y estadísticas para llegar a resultados. Estos datos permiten identificar asociaciones explicativas o relaciones causales entre variables. (pág. 01)

Entonces se puede decir que, en este tipo de enfoque, el proceso se desarrolla de manera secuencial, lo que significa que se sigue un conjunto ordenado de pasos. Además, se orienta hacia una realidad objetiva, lo que implica que se busca analizar fenómenos de manera imparcial y basada en hechos verificables. Así, las características del enfoque cuantitativo son perfectamente adecuadas para los objetivos de la investigación actual.

4.2 Diseño de Investigación

El diseño de investigación, de acuerdo con Falcón et al. (2023) un diseño no experimental es aquel en el que el investigador no manipula deliberadamente las variables independientes. En este tipo de diseño, el investigador observa los fenómenos tal como se dan en su contexto natural para después analizarlos. (pág. 271). En la cita proporcionada, los autores definen el diseño no experimental como aquel en el cual las variables independientes no son manipuladas deliberadamente por el investigador. En este tipo de diseño, los fenómenos son observados en su

contexto natural para su posterior análisis. Los diseños no experimentales son empleados para la investigación de una amplia variedad de fenómenos, abarcando desde comportamientos humanos hasta fenómenos naturales. Estos diseños resultan particularmente útiles para el estudio de fenómenos difíciles o imposibles de manipular, como los efectos de la genética o el clima. Dadas las características del diseño no experimental, este estudio adoptó dicho diseño.

Un diseño de investigación transversal se caracteriza por ser un enfoque metodológico en el ámbito de la investigación científica que implica la recopilación de datos de una muestra o población en un único momento en el tiempo. A diferencia de los diseños longitudinales, en los cuales se sigue a los participantes a lo largo de un período, los estudios transversales se centran en obtener información de manera instantánea. Este tipo de diseño permite a los investigadores examinar las relaciones, características o prevalencia de variables en una población en un momento específico, proporcionando así una visión puntual y representativa de la situación estudiada sin la necesidad de realizar seguimientos a lo largo del tiempo.

4.3 Población y Muestra

En el proceso de llevar a cabo esta investigación, se tuvo en cuenta al personal de la Cooperativa de Ahorro y Crédito CACPECO como informantes cruciales e indispensables. La población total considerada fue de 280 trabajadores. Sin embargo, la recopilación de información se llevó a cabo de manera electrónica mediante un formulario de Google, a través del cual se obtuvieron respuestas de 186 participantes, lo que equivale a una tasa de respuesta del 66.43%.

4.4 Instrumentos aplicados

En el marco de esta investigación, se utilizó como herramienta un instrumento correspondiente al estudio del Comportamiento Innovador, este cuestionario fue implementado siguiendo las directrices establecidas por los grandes mandos de la entidad financiera, quienes solicitaron fuera aplicado entre todos los colaboradores, incluidos la alta dirección.

El cuestionario de Comportamiento Innovador, desarrollado por Luke y Stephen en 2017, fue empleado en su investigación titulada "*Measuring employee innovation: A review of existing scales and the development of the innovative behavior and innovation support inventories across cultures*". Este cuestionario se presenta como un modelo integral que abarca todos los factores relevantes para identificar el Comportamiento Innovador (CI) de los empleados, y se puede encontrar en el Apéndice A. El instrumento consta de 24 ítems distribuidos en 7 dimensiones, que incluyen: Generación de Ideas, Búsqueda de Ideas, Comunicación de Ideas, Actividades de Iniciación de la Implementación, Inclusión de Otros, Superar Obstáculos y Resultados Innovadores. La escala de puntuación de los ítems utiliza una escala de Likert de 5 puntos, donde se asignan valores como "1=Totalmente en desacuerdo", "2=No estoy de acuerdo", "3=Neutro", "4=De acuerdo" y "5=Totalmente de acuerdo".

4.5 Requisitos de Confiabilidad y Validez del Instrumento:

4.5.1 Índice de Confiabilidad de Comportamiento Innovador

En el análisis de la confiabilidad del instrumento, se empleó el Coeficiente de Alpha de Cronbach. Este Coeficiente se utiliza para evaluar la consistencia interna o confiabilidad de un conjunto de ítems en un instrumento de medición, como un cuestionario o una escala. La

creación de este coeficiente data de 1951 y es atribuida a Lee Cronbach. Su valor varía entre 0 y 1, siendo un coeficiente cercano a 1 indicativo de una mayor consistencia interna. Esto sugiere que las preguntas o ítems de la prueba están más correlacionados entre sí, posiblemente midiendo la misma característica o constructo.

El instrumento que aborda las preguntas acerca del Comportamiento Innovador muestra una notable confiabilidad, ya que se ha obtenido un valor de 0,952 mediante el coeficiente de Alpha de Cronbach. Este resultado señala una consistencia interna elevada en el instrumento, indicando una alta fiabilidad en la medición del mismo.

Tabla 7

Cálculo de estadísticas de fiabilidad de Comportamiento Innovador Total y por Constructos

Alpha de Cronbach	Nº de ítems
0,952	24

4.5.2 Índice de Validez Interna del instrumento de Comportamiento Innovador

4.5.2.1 Generación de ideas (Alpha = 0,703):

El coeficiente alfa de Cronbach de 0,703 revela una consistencia moderada en las respuestas de los ítems vinculados a la generación de ideas. Aunque se podría percibir como aceptable, existe oportunidad de mejora en términos de consistencia.

4.5.2.1 Búsqueda de ideas (Alpha = 0,719):

Este valor de 0,719 sugiere una consistencia moderada en las respuestas relacionadas con la búsqueda de ideas. También se puede considerar aceptable, aunque hay margen para mejora.

4.5.2.3 Comunicación de ideas (Alpha = 0,876):

Con un coeficiente alfa de Cronbach de 0,876, se evidencia una consistencia considerablemente elevada en las respuestas vinculadas a la comunicación de ideas. Este resultado sugiere una sólida consistencia interna en dicha dimensión.

4.5.2.4 Actividades de iniciación de la implementación (Alpha = 0,870):

En línea con la dimensión de la comunicación de ideas, un coeficiente alfa de Cronbach de 0,870 indica una consistencia bastante alta en las respuestas asociadas a las actividades de iniciación de la implementación. Este hallazgo sugiere una robusta consistencia interna en dicha dimensión.

4.5.2.5 Incluir a otros (Alpha = 0,859):

Con un coeficiente alfa de Cronbach de 0,859, se observa una consistencia moderada en las respuestas vinculadas a la inclusión de otros. Aunque esta consistencia puede considerarse aceptable, también se identifica un espacio potencial para mejorarla.

4.5.2.6 Superar obstáculos (Alpha = 0,843):

Al igual que en las dimensiones previas, un coeficiente alfa de Cronbach de 0,843 indica una consistencia moderada en las respuestas vinculadas con la superación de obstáculos. Aunque

se podría considerar aceptable, se identifica un área donde existe margen para mejorar la consistencia.

4.5.2.7 Resultados innovadores (Alpha = 0,756):

Con un coeficiente alfa de Cronbach de 0,756, se evidencia una consistencia moderada en las respuestas relacionadas con los resultados innovadores. En consonancia con otras dimensiones, se identifica un espacio para mejorar la consistencia en esta área específica.

Tabla 8

Cálculo de estadísticas de fiabilidad de Comportamiento Innovador por Dimensión

Factores	Alpha de Cronbach	Ítems
Generación de ideas	0,703	1-3
Búsqueda de ideas	0,719	4-6
Comunicación de ideas	0,876	7-10
Actividades de iniciación de la implementación	0,870	11-13
Incluir a otros	0,859	14-17
Superar obstáculos	0,843	18-21
Resultados innovadores	0,756	22-24

4.6 Resultados obtenidos de la evaluación de requisitos de Fiabilidad

El coeficiente KMO, que mide la adecuación de los datos para el análisis factorial, arroja un resultado excepcionalmente alto de 0,923, indicando una gran cohesión en la matriz de correlaciones entre los ítems. Este valor cercano a 1 refuerza la validez del instrumento, sugiriendo que los datos son altamente apropiados para realizar un análisis factorial.

Paralelamente, la Prueba de Esfericidad de Bartlett, con un nivel de significancia inferior a 0,005, respalda la presencia de correlaciones significativas entre los ítems. Este hallazgo confirma la validez del instrumento al demostrar que hay relaciones sustanciales entre los ítems. Estos resultados robustecen la confianza en la capacidad del instrumento para medir de manera válida de acuerdo al interés en la Gestión de la Atracción del Talento Humano, proporcionando una base sólida para llevar a cabo un análisis factorial con el propósito de identificar los factores subyacentes.

Tabla 9

Cálculo de la Validez del Instrumento

Prueba de KMO	
Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo	,923

4.6.1 Validez Interna

El coeficiente de Keyser Meyer Olsin (KMO) es una medida de la adecuación de los datos para realizar un análisis factorial. Un valor de KMO cercano a 1 sugiere que los datos son adecuados para el análisis factorial. En el caso del presente estudio, se obtuvo un KMO de 0.923

es bastante alto, lo que indica que hay una alta probabilidad de que la estructura subyacente de los datos pueda ser identificada mediante un análisis factorial.

4.7 Procedimiento para la aplicación del instrumento

La implementación de este instrumento se llevó a cabo de manera virtual mediante un enlace proporcionado por Google Formularios. Se extendió una invitación a los sujetos de investigación para participar, solicitando su consentimiento informado, el cual se incorporó en la introducción del cuestionario. Se proporcionó información detallada sobre los objetivos del estudio a todos los participantes, quienes expresaron su conformidad para responder el cuestionario en línea al aceptar el consentimiento informado presente en la introducción del cuestionario.

4.8. Análisis de Datos

Con base en la información recopilada, se obtuvieron datos demográficos de todos los encuestados. Específicamente, se exploraron aspectos como género, edad, estado civil, provincia de origen, etnia, formación académica, experiencia laboral, tiempo de servicio y área de funciones. Posteriormente, se creó una Matriz de Datos en Excel con la correspondiente codificación. Esta matriz se importó al programa Statistical Package for the Social Sciences (SPSS 2), el cual se empleó para el procesamiento de datos a través de estadísticas descriptivas para las variables sociodemográficas. Asimismo, se llevó a cabo la baremación de la variable y sus dimensiones.

4.9 Baremación de datos

La definición de la escala de valoración en un baremo consiste en el conjunto de criterios y niveles preestablecidos utilizados para asignar puntuaciones o valores a los elementos evaluados. Esta estructura facilita una medición objetiva y comparativa de diversos elementos. Los resultados obtenidos y analizados con el SPSS se emplean para obtener una visión clara y clasificarlos según los valores asignados. A partir del cuestionario, se establecieron tres categorías para este estudio: alto, medio y bajo. A continuación, se detalla el procedimiento a seguir en la evaluación.

Definición de criterios: Se establecen las condiciones que se emplearán para evaluar los elementos en cuestión. Se requiere que estos criterios sean transparentes, imparciales y pertinentes con respecto al objetivo de llevar a cabo la baremación.

Asignación de puntajes: Cada criterio recibe una asignación numérica que refleja su relevancia en el proceso de evaluación. Esta asignación puede expresarse mediante puntos, porcentajes o escalas, brindando así una medida cuantitativa de la importancia relativa de cada criterio.

Evaluación de elementos: Se analiza cada elemento o candidato siguiendo los criterios establecidos de antemano. Se asignan puntajes o valoraciones conforme se satisfacen los requisitos específicos de cada criterio, reflejando así el desempeño y la adecuación de cada elemento a los criterios predefinidos.

Cálculo de puntajes totales: Los puntajes asignados a cada criterio se suman para calcular un puntaje total correspondiente a cada elemento evaluado. Este proceso proporciona

una medida cuantitativa que refleja la calidad o el nivel de cumplimiento de cada elemento en relación con los criterios establecidos.

Comparación y clasificación: Después de calcular los puntajes totales, los elementos se clasifican y ordenan en función de estos puntajes. Este proceso facilita la creación de una jerarquía o ranking de los elementos evaluados, ofreciendo así una visión estructurada y comparativa de su desempeño relativo.

5. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE LOS DATOS

5.1 Resultados obtenidos de la Información Sociodemográfica de los participantes.

Género

En el análisis de la dimensión "Género" en la variable sociodemográfica, se destaca que el 29.6% de la muestra corresponde al género masculino, mientras que el 70.4% corresponde al género femenino. Estos datos proporcionan una visión esencial de la composición de la muestra, resaltando una mayor representación de participantes femeninas en comparación con sus contrapartes masculinas en el estudio.

Edad

Los datos revelan una notable diversidad en las edades representadas en la muestra, donde el grupo "Entre 30 - 39 años" destaca como el más numeroso, constituyendo el 50.5% de

la muestra. Le sigue el grupo "Entre 20 - 29 años" con el 31.2%, mientras que los grupos de edad "Entre 40 - 49 años" y "Entre 50 - 59 años" representan el 13.4% y el 4.8%, respectivamente. Estas cifras proporcionan una visión detallada de la composición etaria de los participantes en el estudio, destacando la prevalencia de individuos en la franja de edad de 30 a 39 años.

Estado civil

Los datos indican que la categoría más frecuente es "Casado/a", representando el 45.2% de la muestra, seguida por "Soltero/a" con el 42.5%. Las categorías menos representadas son "Divorciado/a" (4.8%), "Unión libre o unión de hecho" (7.0%), y "Viudo/a" (0.5%).

Provincia de origen

En el análisis relacionado a la "Provincia de origen" los resultados ofrecen una visión detallada de la distribución geográfica de los participantes según su lugar de origen. La provincia de "Cotopaxi" destaca como la más representada, con el 60.8% de la muestra, seguida por "Pichincha" con el 10.2%. Otras provincias, como "Chimborazo", "Los Ríos", y "Tungurahua", también tienen una presencia significativa en el estudio, contribuyendo con el 9.7%, 7.0%, y 5.4%, respectivamente.

Etnia

En el análisis de la dimensión "Etnia" en la variable de información sociodemográfica, los resultados reflejan una notoria homogeneidad en la muestra estudiada. La categorización de los participantes en las etnias "Blanco" y "Mestizo" revela que el 98.4% de la muestra se

identifica como mestiza, mientras que únicamente el 1.6% se identifica como blanco. Esta homogeneidad étnica destaca la predominancia de la identidad mestiza en la población encuestada.

Estudios

En el análisis de la dimensión "Estudios" en la variable de información sociodemográfica, los resultados ofrecen una visión detallada de los niveles educativos de los participantes en el estudio. El 71.5% de los participantes posee educación superior, lo que indica que la mayoría de la muestra tiene al menos un título universitario. Le sigue el nivel de "Educación Superior Posgrado" con un 19.9%, lo que sugiere una proporción significativa de participantes que han continuado su educación a nivel de posgrado. Un 5.4% tiene educación técnica o de instituto, mientras que un 2.7% y 0.5% tienen educación secundaria y doctorado, respectivamente.

Experiencia laboral

En el análisis de la dimensión "Experiencia Laboral" en la variable de información sociodemográfica, se revela una distribución significativa en los niveles de experiencia laboral de los participantes.

La mayor proporción de participantes, el 33.3%, tiene una experiencia laboral en el rango de "2 a 4 años", seguido por el 18.8% con "6 a 10 años" y el 18.3% con "Menos de 1 año" y "10 a 15 años". Un 11.3% tiene "Más de 15 años" de experiencia laboral.

Tiempo de servicio

En el análisis de la dimensión "Tiempo de Servicio" en la variable de información sociodemográfica, se evidencian patrones significativos en cuanto a la distribución del tiempo de servicio de los participantes en la muestra. La mayor proporción de participantes, un 31.2%, tiene un tiempo de servicio en el rango de "2 a 4 años", seguido por el 21.5% con "Menos de 1 año" y el 21.5% con "6 a 10 años". El 16.1% tiene "10 a 15 años" de tiempo de servicio, mientras que el 9.7% tiene "más de 15 años".

Área que pertenece

En el análisis de la dimensión "Área a la que pertenece" en la variable de información sociodemográfica, se identifican diversas áreas ocupacionales en las cuales los participantes de la muestra desempeñan sus funciones. Estos resultados proporcionan una visión detallada de la distribución de los encuestados en términos de áreas específicas dentro de la organización.

La categoría con mayor frecuencia es "Agencias", abarcando el 58.6% de la muestra. Este hallazgo indica que una proporción considerable de los participantes se encuentra vinculada directamente con las operaciones y gestión de agencias, sugiriendo que estas áreas pueden desempeñar un papel crucial en la dinámica organizacional.

La presencia de participantes en áreas como "Operaciones" (12.4%), "Tecnología de la información" (4.3%), y "Subgerencia Comercial" (3.2%) también es notable. La diversidad de áreas funcionales subraya la complejidad de la organización y resalta la necesidad de considerar las particularidades de cada área al abordar estrategias de fomento a la innovación.

Análisis sobre los datos Sociodemográficos más relevantes

En el análisis exhaustivo de los resultados sociodemográficos, se desentrañan elementos cruciales que arrojan luz sobre la composición diversa y multifacética de la muestra en cuestión. La dimensión "Género" revela una notoria predominancia de mujeres, representando el 70.4% de los participantes. En cuanto a la variable "Edad," se destaca la concentración significativa en el grupo "Entre 30 - 39 años" (50.5%). El análisis de "Estado Civil" revela una distribución equitativa, con un 45.2% casados/as y un 42.5% solteros/as, proporcionando un indicio valioso de la estabilidad social de la muestra.

La "Provincia de Origen" exhibe una preeminencia notable de participantes provenientes de Cotopaxi (60.8%). La dimensión "Etnia" evidencia una homogeneidad étnica marcada, con un 98.4% identificándose como mestizos. En el ámbito educativo, la abrumadora mayoría con educación superior (71.5%) y la presencia significativa de posgrado (19.9%) delinean un perfil académico robusto que debe ponderarse al interpretar resultados complejos.

En términos de "Experiencia Laboral", el predominio de participantes con "2 a 4 años" (33.3%) sugiere una colectividad en una fase inicial de sus trayectorias profesionales, con posibles implicaciones en la toma de decisiones y resolución de problemas. Asimismo, la distribución en "Tiempo de Servicio" refleja una relativa juventud en la antigüedad laboral, siendo el 31.2% de "2 a 4 años."

En la categoría "Área que Pertenece," el foco preponderante en "Agencias" (58.6%) subraya la relevancia de funciones operativas y de gestión, mientras que la diversidad en áreas como "Operaciones," "Tecnología de la información," y "Subgerencia Comercial" enfatiza la complejidad estructural de la organización.

Al analizar y resumir los resultados, se obtiene una imagen completa y valiosa que revela la diversidad de las personas en el estudio. Esta variabilidad puede tener efectos significativos en cómo las personas se comportan de manera novedosa o innovadora en el ámbito laboral.

Tabla 10

Información Sociodemográfica

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
ISD_GÉNERO	Masculino	55	29,6	29,6	29,6
	Femenino	131	70,4	70,4	100,0
	Total:	186	100,0	100,0	
ISD_EDAD	Entre 20 a 29 años	58	31,2	31,2	31,2
	Entre 30 a 39 años	94	50,5	50,5	81,7
	Entre 40 a 49 años	25	13,4	13,4	95,2
	Entre 50 a 59 años	9	4,8	4,8	100,0
	Total:	186	100,0	100,0	
ISD_ESTADO CIVIL	Soltero/a	79	42,5	42,5	42,5
	Casado/a	84	45,2	45,2	87,6
	Unión libre/ Unión de hecho	13	7,0	7,0	94,6
	Divorciado/a	9	4,8	4,8	99,5
	Viudo/a	1	0,5	0,5	100,0
	Total:	186	100,0	100,0	
ISD_PROVINCIA DE ORIGEN	Cotopaxi	113	60,8	60,8	60,8
	Pichincha	19	10,2	10,2	71
	Chimborazo	18	9,7	9,7	80,6

	Los Ríos	13	7,0	7,0	87,6
	Tungurahua	10	5,4	5,4	93,0
	Guayas	3	1,6	1,6	94,6
	Bolívar	3	1,6	1,6	96,2
	Azuay	2	1,1	1,1	97,3
	Manabí	2	1,1	1,1	98,4
	Imbabura	2	1,1	1,1	99,5
	Loja	1	0,5	0,5	100,0
	Total:	186	100,0	100,0	
ISD_ETNIA	Mestizo	183	98,4	98,4	98,4
	Blanco	3	1,6	1,6	100,0
	Total:	186	100,0	100,0	
ISD_ESTUDIOS	Educación Secundaria	5	2,7	2,7	2,7
	Educación Técnica	10	5,4	5,4	8,1
	Educación Superior	133	71,50	71,50	79,6
	Posgrado	37	19,9	19,9	99,5
	Doctorado	1	0,5	0,5	100,0
	Total:	186	100,0	100,0	
ISD_EXPERIENCIA	Menos de un año	34	18,3	18,3	18,3
	2 a 4 Años	62	33,3	33,3	51,6
	6 a 10 Años	35	18,8	18,8	70,4
	10 a 15 Años	34	18,3	18,3	88,7
	Más de 15 Años	21	11,3	11,3	100,0
	Total:	186	100,0	100,0	
ISD_TIEMPO DE SERVICIO	Menos de un año	40	21,5	21,5	21,5
	2 a 4 Años	58	31,2	31,2	52,7
	6 a 10 Años	40	21,5	21,5	74,2
	10 a 15 Años	30	16,1	16,1	90,3

Más de 15 Años	18	9,7	9,7	100
Total:	186	100,00	100,00	

Tabla 11

Información Sociodemográfica

	Datos	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	Agencia	109	58,6	58,6	58,6
	Operaciones	23	12,4	12,4	71,0
	Tecnologías de la Información	8	4,3	4,3	75,3
	Subg Comercial	6	3,2	3,2	78,5
	Contabilidad	5	2,7	2,7	81,2
	Mercadeo	5	2,7	2,7	83,9
	Seguridades	4	2,2	2,2	86,0
	Secretaría y Servicios Generales	4	2,2	2,2	88,2
	Logística	3	1,6	1,6	89,8
ÁREA	Cumplimiento	3	1,6	1,6	91,4
	Asesoría Jurídica	2	1,1	1,1	92,5
	Sostenibilidad y Comunicación	2	1,1	1,1	93,5
	Subg de Desarrollo Organizacional	2	1,1	1,1	94,6
	Talento Humano	2	1,1	1,1	95,7
	Unidad de Riesgos Integrales	2	1,1	1,1	96,8
	Auditoría	2	1,1	1,1	97,8
	Gerencia General	1	0,5	0,5	98,4
	Gestión de la Calidad	1	0,5	0,5	98,9
	Innovación y Transformación Digital	1	0,5	0,5	99,5

SSOMA	1	0,5	0,5	100
Total:	186	100,0	100,0	

5.2. Resultados descriptivos y baremación de dimensiones de la variable Comportamiento

Innovador

Constructo: Generación de ideas

En primer lugar, la categoría "BAJO" reveló que dos participantes, equivalente al 1.1%, exhibieron un nivel bajo de generación de ideas. En contraste, la categoría "MEDIO" reveló que 18 participantes, representando el 9.7%, se ubicaron en un nivel intermedio de generación de ideas. La categoría "ALTO" mostró la frecuencia más considerable, con 166 participantes, lo que constituye el 89.2%. En el análisis de la dimensión "Generación de Ideas" en el comportamiento innovador, se observa una variabilidad en los niveles de capacidad para proponer nuevas ideas entre los participantes. La categoría "BAJO" revela la presencia de un grupo con capacidad limitada, mientras que "MEDIO" sugiere una posición equilibrada y "ALTO" destaca una mayoría con habilidades considerables para la generación de ideas innovadoras.

Los resultados de este análisis subrayan la diversidad de habilidades en la generación de ideas que representan oportunidades para desarrollar un enfoque inclusivo que fomente la innovación en todos los niveles de la organización. La implementación de programas de desarrollo creativo y un entorno propicio para la diversidad de ideas podrían ser pasos clave

hacia una innovación más integral y sostenible. Estos resultados indican perfiles diversos de innovación dentro de la muestra estudiada como se presenta en la Tabla.

Tabla 12

Baremación Comportamiento Innovador_Generación de Ideas

CL_GI_RANGO					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Generación de ideas	BAJO	2	1.1	1.1	1.1
	MEDIO	18	9.7	9.7	10.8
	ALTO	166	89.2	89.2	100.0
Total		186	100.0	100.0	

Constructo: Búsqueda de ideas

La categoría "BAJO" reveló que dos participantes, equivalente al 1.1% , presentaron un nivel bajo en la búsqueda de ideas innovadoras. En el caso de la categoría "MEDIO", se observó una frecuencia de 27 participantes, representando el 14.5% del total. Contrastando con las categorías anteriores, la categoría "ALTO" exhibió la frecuencia más alta, con 157 participantes, lo que equivale al 84.4%.

En el análisis de la dimensión "Búsqueda de Ideas" en la variable de comportamiento innovador, se evidencia una diversidad de niveles de habilidad para buscar activamente nuevas

ideas entre los participantes. La categoría "BAJO" revela una minoría con capacidad limitada en esta dimensión, mientras que la categoría "MEDIO" señala la presencia de un segmento considerable con habilidades intermedias. En contraste, la categoría "ALTO" muestra una abrumadora mayoría de participantes con un alto nivel en la búsqueda activa de ideas innovadoras. Estos resultados sugieren una variabilidad en la capacidad de búsqueda de ideas, destacando la predominancia de habilidades elevadas en la población estudiada.

En el análisis de la dimensión "Búsqueda de Ideas" en la variable de comportamiento innovador, se evidencia una diversidad de niveles de habilidad para buscar activamente nuevas ideas entre los participantes. La categoría denominada como "ALTA" muestra una abrumadora mayoría de participantes con un alto nivel en la búsqueda activa de ideas innovadoras, lo que sugiere una variabilidad en la capacidad de búsqueda de ideas, destacando la predominancia en este constructo en la población estudiada.

Tabla 13

Baremación Comportamiento Innovador_Búsqueda de Ideas

CI_BI_RANGOS					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Búsqueda de ideas	BAJO	2	1.1	1.1	1.1
	MEDIO	27	14.5	14.5	15.6
	ALTO	157	84.4	84.4	100.0
Total		186	100.0	100.0	

Constructo: Comunicación de ideas

El análisis reveló que en la categoría "BAJO", el pequeño porcentaje del 1.6%, que equivale a tres participantes, sugiere que una minoría presenta dificultades en la comunicación efectiva de ideas innovadoras en el contexto estudiado. En la categoría "MEDIO", con 33 participantes, que representa el 17.7% del total, se identifica un grupo moderado en la habilidad de comunicación de ideas, contribuyendo al 19.4% de la muestra acumulada. No obstante, la categoría preeminente, "ALTO", exhibe la frecuencia más alta, con 150 participantes y un 80.6% de los participantes, destacando una abrumadora mayoría con una destacada habilidad para comunicar ideas innovadoras de manera efectiva.

En la dimensión "Comunicación de Ideas" de la variable de comportamiento innovador, los resultados indican un panorama alentador en cuanto a la capacidad de los participantes para expresar efectivamente sus ideas innovadoras. Aunque una minoría muestra dificultades en esta habilidad, la mayoría exhibe una destacada capacidad de comunicación, lo que sugiere un ambiente propicio para el intercambio fluido de propuestas novedosas. La predominancia de la categoría "ALTO" revela que existe una abrumadora mayoría con habilidades sobresalientes para transmitir y compartir ideas innovadoras de manera efectiva en el contexto evaluado. Este hallazgo es crucial, ya que una comunicación eficaz es fundamental para el éxito y la implementación de ideas innovadoras en cualquier entorno organizacional.

La capacidad de comunicar ideas innovadoras se presenta como un componente crucial del comportamiento innovador, esto es esencial para cultivar un entorno donde la comunicación efectiva sea una norma, facilitando así la implementación exitosa de ideas novedosas. La predominancia de habilidades sobresalientes en la comunicación entre los participantes destaca

un aspecto positivo, indicando un terreno fértil para la colaboración y la materialización de ideas innovadoras en el contexto estudiado.

Tabla 14

Baremación Comportamiento Innovador_Comunicación de ideas

CI_BI_RANGOS					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	BAJO	3	1.6	1.6	1.6
Comunicación de ideas	MEDIO	33	17.7	17.7	19.4
	ALTO	150	80.6	80.6	100.0
	Total	186	100.0	100.0	

Constructo: Actividades de iniciación de la implementación

En la categoría "BAJO", el 4.3%, equivalente a ocho participantes, indica que una minoría presenta limitaciones en la iniciación de actividades relacionadas con la implementación de ideas innovadoras. La categoría "MEDIO", con 48 participantes, abarcando el 25.8% de la muestra, señala la presencia de un grupo considerable con niveles intermedios en la iniciación de estas actividades, contribuyendo al 30.1% de la muestra acumulada. Sin embargo, la categoría más predominante es "ALTO", con 130 participantes y el 69.9% de los participantes, destacando una abrumadora mayoría con una fuerte disposición para iniciar y llevar a cabo actividades relacionadas con la implementación de ideas innovadoras.

Los hallazgos en la dimensión "Actividades de la iniciación de la implementación" reflejan que, aunque existe una minoría con limitaciones en la iniciación de actividades para implementar ideas innovadoras, la gran mayoría de los participantes demuestra una fuerte disposición y capacidad para emprender dichas acciones. Este patrón sugiere un alto grado de compromiso y proactividad en la ejecución de actividades relacionadas con la implementación de ideas innovadoras, lo que puede ser indicativo de un entorno propicio para la materialización de propuestas novedosas dentro del contexto evaluado.

La mayoría de los participantes demuestra una fuerte disposición para iniciar y llevar a cabo actividades relacionadas con la implementación de ideas innovadoras. Este patrón sugiere un entorno propicio para la materialización de propuestas novedosas, destacando la importancia de fomentar la proactividad y el compromiso en el contexto evaluado. Dentro de este constructo es esencial impulsar un compromiso aún más profundo en la implementación de ideas innovadoras, creando así un ambiente donde la ejecución exitosa sea una norma.

Tabla 15

Baremación Comportamiento Innovador_ Actividades de iniciación de la implementación

CI_AII_RANGOS					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Actividades de iniciación de la implementación	BAJO	8	4.3	4.3	4.3
	MEDIO	48	25.8	25.8	30.1
	ALTO	130	69.9	69.9	100.0

Total	186	100.0	100.0
--------------	------------	--------------	--------------

Constructo: Incluir a otros

En el análisis de la dimensión "Incluir a otros" en el comportamiento innovador, se revelan patrones significativos sobre la disposición de los participantes en cuanto a la inclusión de otros en el proceso innovador. El 1.6% de los 186 participantes se encuentra en la categoría "BAJO" con 3 participantes. La categoría "MEDIO", que abarca el 16.7%, indica la presencia de un grupo considerable con niveles intermedios de inclusión de otros, contribuyendo al 18.3% de la muestra acumulada con 31 participantes. Contrariamente, la categoría predominante es "ALTO" con el 81.7%, donde 152 participantes destacan por su fuerte disposición para incluir a otros en el proceso innovador.

En la dimensión "Incluir a otros" del comportamiento innovador, los resultados sugieren que la mayoría de los participantes muestran una fuerte disposición para involucrar a otros en el proceso innovador. El pequeño porcentaje en la categoría "BAJO" indica que hay una minoría que podría tener limitaciones en la inclusión de otros. Por otro lado, la categoría "MEDIO" revela la presencia de un grupo con niveles intermedios, contribuyendo de manera significativa. La categoría preeminente, "ALTO", destaca la abrumadora mayoría que muestra una fuerte disposición para incluir a otros en actividades relacionadas con la innovación. Estos resultados sugieren un ambiente propicio para la colaboración y la inclusión en el desarrollo de ideas innovadoras dentro de la muestra estudiada.

La disposición general de los participantes hacia la inclusión en el proceso innovador es positiva, es esencial para consolidar y expandir el desarrollo de ideas innovadoras. Estos resultados evidencian un ambiente propicio para la colaboración y la participación de todos los involucrados, para el éxito continuo de la innovación dentro de la muestra estudiada.

Tabla 16

Baremación Comportamiento Innovador_ Incluir a otros

CI_IO_RANGOS					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Incluir a otros	BAJO	3	1.6	1.6	1.6
	MEDIO	31	16.7	16.7	18.3
	ALTO	152	81.7	81.7	100.0
Total		186	100.0	100.0	

Constructo: Superar obstáculos

En la evaluación de la dimensión "Superar obstáculos" en el contexto del comportamiento innovador, los resultados ofrecen una perspectiva esclarecedora sobre la disposición de los participantes para enfrentar y superar desafíos en el proceso innovador. El reducido porcentaje del 1.1% en la categoría "BAJO" sugiere que una minoría presenta dificultades significativas en la capacidad para superar obstáculos en el contexto de la innovación. La categoría "MEDIO", que abarca el 5.9% de la muestra, indica la presencia de un

grupo moderado con ciertas dificultades en la superación de obstáculos, contribuyendo al 7.1% de la muestra acumulada. Sin embargo, la categoría preeminente es "ALTO", con el 91.9% de los participantes, destacando una abrumadora mayoría con una sólida disposición para superar obstáculos en el proceso innovador.

En la dimensión "Superar obstáculos" del comportamiento innovador, los resultados indican que la gran mayoría de los participantes demuestran una sólida disposición para enfrentar y superar desafíos en el proceso de innovación. Aunque hay una minoría que muestra dificultades significativas, representada por el reducido porcentaje en la categoría "BAJO", la presencia de un grupo moderado en la categoría "MEDIO" sugiere ciertas dificultades pero no de manera predominante. La predominancia de la categoría "ALTO" destaca que la abrumadora mayoría de los participantes posee una fuerte disposición para superar los obstáculos que puedan surgir en el contexto de la innovación. Estos resultados sugieren un ambiente propicio para afrontar y superar los retos asociados con el desarrollo de ideas innovadoras dentro de la muestra estudiada.

Los participantes demuestran una sólida disposición para enfrentar y superar desafíos en el proceso de innovación, esto representa un paso clave para fortalecer la resiliencia, promoviendo un ambiente donde los obstáculos se perciban como oportunidades para el aprendizaje y la mejora en el desarrollo de ideas innovadoras.

Tabla 17

Baremación Comportamiento Innovador_ Superar obstáculos

CI_SO_RANGOS

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Superar obstáculos	BAJO	2	1.1	1.1	1.1
	MEDIO	11	5.9	6.0	7.1
	ALTO	171	91.9	92.9	100.0
	Total	184	98.9	100.0	
Perdidos	Sistema	2	1.1		
Total		186	100.0		

Constructo: Resultados innovadores

En la evaluación de la dimensión "Resultados innovadores" en el contexto del comportamiento innovador, los resultados brindan una visión esclarecedora sobre la disposición de los participantes para lograr resultados novedosos a través de sus esfuerzos innovadores. El reducido porcentaje del 1.1% en la categoría "BAJO" indica que una minoría presenta dificultades significativas en la generación de resultados innovadores. La categoría "MEDIO", que abarca el 14.0% de la muestra, señala la presencia de un grupo moderado con ciertos logros en resultados innovadores, contribuyendo al 15.1% de la muestra acumulada. Sin embargo, la categoría predominante es "ALTO", con el 84.9% de los participantes, destacando una abrumadora mayoría con una destacada capacidad para generar resultados innovadores.

En la dimensión "Resultados innovadores" del comportamiento innovador, los resultados indican que la abrumadora mayoría de los participantes demuestra una destacada capacidad para

generar resultados innovadores a través de sus esfuerzos. Aunque hay una minoría que enfrenta dificultades significativas, representada por el reducido porcentaje en la categoría "BAJO", la presencia de un grupo moderado en la categoría "MEDIO" sugiere ciertos logros en resultados innovadores, aunque no de manera predominante. La predominancia de la categoría "ALTO" destaca que la mayoría de los participantes logra resultados innovadores de manera destacada. Estos resultados sugieren un ambiente propicio para la generación de logros innovadores dentro de la muestra estudiada.

Con los resultados obtenidos se demuestra una destacada capacidad para generar resultados innovadores a través de los esfuerzos individuales. Se debe potenciar la eficacia en la generación de resultados innovadores en el contexto evaluado, propiciando un ambiente adecuado para la materialización de logros innovadores dentro de la muestra estudiada.

Tabla 18

Baremación Comportamiento Innovador_ Resultados innovadores

CI_RS_RANGOS					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Resultados Innovadores	BAJO	2	1.1	1.1	1.1
	MEDIO	26	14.0	14.0	15.1
	ALTO	158	84.9	84.9	100.0
Total		186	100.0	100.0	

6. IMPACTO SOCIAL Y ECONÓMICO

6.1 Impacto Social

El comportamiento innovador desempeña un papel fundamental en el ámbito social al impulsar el progreso y mejorar la calidad de vida. En este contexto, la innovación no solo impulsa la eficiencia interna y la competitividad, sino que también aporta beneficios con un impacto social significativo. La organización reconoce la diversidad de habilidades entre los participantes, buscando crear un entorno inclusivo y propicio para la innovación.

La destacada presencia en la búsqueda de ideas sugiere un potencial significativo para la innovación en la gestión de talento humano, al atraer y retener personal, fomentando la generación de soluciones creativas. La empresa facilita un espacio donde los trabajadores pueden expresarse libremente, permitiéndoles desarrollar e implementar ideas de manera activa. Además, la organización respalda esta iniciativa al colaborar con recursos y proporcionar capacitaciones centradas en el desarrollo de habilidades e impulsando comportamientos innovadores. Este enfoque a largo plazo beneficia tanto a los empleados como a la empresa. Al contar con un personal capacitado y orientado hacia la innovación, la empresa se sitúa estratégicamente para abordar los desafíos del mercado de manera única y efectiva. Esta colaboración contribuye al progreso social y empresarial, generando un impacto positivo en la capacidad de adaptación de la empresa y su habilidad para ofrecer soluciones inéditas en un entorno comercial altamente competitivo.

La comunicación de ideas se destaca como una oportunidad de mejora. La capacidad de comunicar ideas y de ofrecer retroalimentación en un entorno laboral no solo benefician el ámbito profesional, sino que también tienen un impacto social relevante. Una comunicación efectiva y abierta fomenta la colaboración y el intercambio de ideas entre los miembros del

equipo. En el contexto de la gestión de talento humano, estas prácticas fortalecen las relaciones entre colaboradores al facilitar la comprensión mutua y la construcción de un ambiente de confianza, ya que una comunicación clara y una retroalimentación constructiva generan un espacio propicio para el diálogo y la resolución de conflictos, promoviendo la armonía en el entorno laboral y, por ende, en la sociedad en general. Para la organización, esto optimiza la ejecución de tareas y proyectos, reduciendo posibles malentendidos y mejorando la eficiencia operativa.

La capacidad de enfrentar y superar obstáculos en el proceso de innovación representa un paso clave para fortalecer y promover un ambiente donde los desafíos se perciban como oportunidades para el aprendizaje y la mejora en el desarrollo de ideas innovadoras. Los fracasos temporales se perciben como parte del proceso de innovación, alimentando la resiliencia y la determinación en lugar de desalentar. Este enfoque positivo hacia los obstáculos no solo impulsa el desarrollo de ideas innovadoras, sino que también establece las bases para una cultura empresarial proactiva y orientada al crecimiento, ya que impulsa la eficiencia y la calidad de los procesos. De igual forma, atrae y retiene el talento, ya que profesionales buscan organizaciones que valoren su esfuerzo por superar los desafíos, generando un impacto social positivo y sostenible.

6.2 Impacto Económico

El comportamiento innovador ejerce un impacto económico significativo en la cooperativa de ahorro al impulsar el crecimiento, la eficiencia y la competitividad. La introducción de prácticas innovadoras no solo mejora la gestión interna, reduciendo costos operativos y optimizando procesos, también fortalece la capacidad de adaptación a las

cambiantes demandas del mercado financiero. Este enfoque no solo impulsa el desarrollo económico interno de la cooperativa, sino que también amplía su capacidad para ofrecer estabilidad financiera y contribuir al bienestar económico de la comunidad que atiende.

El desarrollo de habilidades en la generación de ideas y la inclusión en el proceso innovador tienen un impacto económico considerable. La implementación de programas de formación creativo y la creación de un entorno propicio para la diversidad no solo enriquece la capacidad de identificar oportunidades de mercado, sino que también influyen directamente en el diseño eficiente de estrategias y planes de mejora innovadores dentro de la organización, de modo que este enfoque impulsa la eficacia interna, reduciendo costos operativos y optimizando los recursos dentro de la cooperativa.

La comunicación de ideas y la disposición proactiva para implementar iniciativas contribuyen a la agilidad organizacional, dado que potencia la capacidad de la cooperativa para adaptarse ágilmente a las cambiantes dinámicas del mercado, identificando lugares no explorados y optimizando la captura de nuevas oportunidades comerciales. La resiliencia demostrada y la generación de resultados innovadores refuerzan la competitividad, atrayendo nuevos miembros y generando flujos de ingresos adicionales, fortaleciendo así la posición financiera de la cooperativa. Además, estas prácticas permiten anticipar y mitigar riesgos, mejorando la estabilidad financiera y proporcionando una base sólida para el crecimiento económico continuo de la cooperativa.

7. ESTRATEGIAS

Tabla 19

Estrategias de Implementación

DIMENSIÓN	ESTRATEGIA	OBJETIVO	ACTIVIDADES	RESPONSABLES	TIEMPO DE EJECUCIÓN
Generación de ideas	Organizar sesiones regulares de brainstorming donde los colaboradores puedan reunirse para dialogar y explorar ideas creativas.	Generar la mayor cantidad posible de ideas en cortos periodos de tiempo, con la finalidad de estimular la creatividad y explorar diversas perspectivas de manera eficiente.	<ul style="list-style-type: none"> • Crear sesiones cortas para generar ideas con la finalidad de impulsar a los trabajadores a ser más eficientes. • Plantear políticas que fomenten un entorno en el cual los trabajadores se sientan cómodos compartiendo ideas sin miedo a prejuicios. • Invitar a expertos en innovación y pensamiento creativo a participar de estas reuniones para que brinden opiniones y puntos de vista. 	Jefe de Talento Humano	Primer trimestre del año 2024.

Búsqueda de ideas	Implementar programas de reconocimiento simbólicos que destacan las contribuciones innovadoras de los colaboradores.	Incentivar a los colaboradores para que propongan soluciones innovadoras a los desafíos futuros de cada área para beneficiar a la organización.	<ul style="list-style-type: none"> • Crear murales físicos o virtuales donde se destacan las contribuciones innovadoras de los colaboradores. • Establecer un programa de premios mensuales para reconocer la contribución más innovadora • Establecer un programa de becas para aquellos colaboradores cuyas ideas generen un impacto significativo en la organización. 	Jefe de Talento Humano.	Primer trimestre del año 2024.
Comunicación de ideas	Retroalimentación constructiva para los trabajadores de la cooperativa que permita promover el diálogo y la exploración conjunta de ideas creativas.	Fomentar el diálogo abierto para mejorar continuamente el rendimiento, comportamiento y resultados relacionados al comportamiento innovador.	<ul style="list-style-type: none"> • Crear espacios de diálogo donde entre compañeros puedan aportar con comentarios y recibirlos. • Ofrecer foros virtuales donde los trabajadores puedan dejar comentarios a una inteligencia artificial de la empresa. • Organizar eventos informales como almuerzos para que los trabajadores puedan conversar y compartir ideas de forma casual. 	Jefe de Talento Humano.	Primer semestre del año 2024.

Actividades de iniciación de implementación	Brindar capacitación continua en habilidades de innovación y pensamiento creativo.	Potenciar la capacidad del equipo para abordar desafíos de manera creativa y fomentar una cultura organizacional innovadora.	<ul style="list-style-type: none"> • Ofrecer sesiones de coaching individual o grupal para ayudar a los trabajadores a desarrollar sus habilidades de innovación y pensamiento creativo. • Implementar un programa de mentoring en el cual los trabajadores experimentados puedan compartir sus conocimientos con los menos experimentados. • Crear retos para incentivar la participación de los trabajadores en la búsqueda de soluciones innovadoras. 	Jefe de Talento Humano.	Segundo trimestre del año 2024.
Incluir a otros	Fomentar una cultura organizacional que valore las perspectivas únicas de cada individuo.	Cultivar un ambiente laboral inclusivo y diverso, donde se reconozcan y aprecien las perspectivas individuales de cada miembro de la organización.	<ul style="list-style-type: none"> • Motivar el intercambio de experiencias entre empresas innovadoras para que los trabajadores puedan conocer de primera mano cómo se implementa la innovación en otras organizaciones. • Sensibilizar a los miembros sobre la importancia de la 	Jefe de Talento Humano.	Segundo semestre del año 2024.

			<p>diversidad y la inclusión en el entorno laboral.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Crear foros donde los empleados puedan discutir abiertamente sobre temas relacionados a la innovación. 		
Superar obstáculos	Integrar metas específicas de innovación en los objetivos estratégicos de la cooperativa.	Impulsar la competitividad, la eficiencia operativa dentro de los objetivos de la organización.	<ul style="list-style-type: none"> • Promover una cultura de innovación dentro de la cooperativa, donde se valore la creatividad, la experimentación y el aprendizaje del error. • Forma equipos específicos cuya función principal sea impulsar la innovación. • Destinar un presupuesto específico para actividades de investigación y desarrollo innovador. 	Jefe de Talento Humano.	Tercer trimestre del año 2024.
Resultados innovadores	Adquirir un sistema de seguimiento de métricas relacionadas con la innovación	Evaluar y medir de manera efectiva el rendimiento innovador de la organización.	<ul style="list-style-type: none"> • Evaluar los resultados de la cooperativa y de los trabajadores para identificar las áreas en las que se requiere mayor capacitación en relación al comportamiento innovador. 	Jefe de Talento Humano.	Segundo semestre del año 2024.

-
- Establecer indicadores clave de rendimiento KPIs relacionados con la innovación que estén alineados con los objetivos estratégicos.
 - Realizar un seguimiento del impacto de los KPIs relacionados con la innovación.
-

8. CONCLUSIONES

Fomentar el comportamiento innovador en una entidad financiera desde un enfoque teórico y conceptual, subraya la importancia de integrar la innovación como un componente esencial de la estrategia empresarial; las teorías y conceptos respaldan la noción de que una mentalidad innovadora no solo mejora la eficiencia operativa, sino también fortalece la capacidad de la entidad para adaptarse a cambios del entorno financiero.

El diagnóstico del comportamiento innovador indica que la adopción de prácticas innovadoras no solo influye en la eficiencia interna, sino que también tiene un impacto significativo en la capacidad de la cooperativa para mantenerse dinámico. La evaluación sistemática de cómo la innovación afecta la productividad, la satisfacción del cliente y la posición competitiva destaca la necesidad de integrar estrategias que fomenten un comportamiento innovador sostenible.

Con el diseño de las estrategias del comportamiento innovador se enmarca el desarrollo y adaptación de un entorno cambiante; dichas estrategias deben centrarse en la generación de ideas creativas para una cultura organizacional que fomente la innovación y el aprendizaje continuo, cuando estos se incorporan de manera efectiva no solo mejorará la eficiencia interna, sino que también fortalecerá la posición competitiva de la cooperativa.

El análisis del comportamiento innovador dentro de una entidad financiera revela que emerge como un motor fundamental que impulsa tanto el impacto social como económico en el contexto de una cooperativa de ahorro. La diversidad de habilidades y la inclusión en el proceso

innovador no solo enriquecen la capacidad de identificar oportunidades de mercado, sino que también fomentan un diseño eficiente de estrategias y planes de mejora.

9. RECOMENDACIONES

Se recomienda que la entidad financiera establezca un programa formal de capacitación en habilidades de innovación para sus empleados, abordando específicamente aspectos como el pensamiento creativo, la resolución de problemas y la colaboración efectiva; integrar sesiones periódicas de capacitación, talleres y recursos educativos puede ayudar a desarrollar una mentalidad innovadora en todos los niveles de la organización. Esta inversión en el desarrollo de habilidades innovadoras no sólo impulsará la capacidad de la entidad para generar nuevas ideas, sino que también fortalecerá la resiliencia frente a desafíos del mercado y fomentará la adopción proactiva de cambios que impulsen el desarrollo de la organización.

Se sugiere la implementación de un programa de formación basado en los principios teóricos de la innovación, destacando las teorías relevantes, como la difusión de la innovación, entre otras. Al hacerlo, la entidad no solo se beneficiará de una comprensión más profunda de los fundamentos teóricos de la innovación, sino que también cultivará un entorno propicio para la generación constante de ideas innovadoras.

La cooperativa puede establecer un sistema de seguimiento continuo para evaluar el impacto de las iniciativas innovadoras, esto podría incluir indicadores clave de rendimiento (KPI) para medir la eficiencia operativa, la satisfacción del cliente y la adaptabilidad a cambios del mercado; es importante que la entidad lleve a cabo evaluaciones periódicas del clima organizacional para medir la percepción de los empleados sobre la innovación, la información

recopilada de estas evaluaciones puede servir como base para ajustar estrategias y garantizar un impacto sostenible del comportamiento innovador en la organización.

Se aconseja que la cooperativa implemente un plan piloto de algunas de las estrategias propuestas seleccionando aquellas que mejor se adapten a su contexto y cultura organizacional; evaluar los resultados permitirá ajustar las estrategias según las necesidades específicas de la cooperativa y garantizar una transición exitosa hacia un entorno más innovador y adaptativo.

10. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acuña De Ángel, C. J. (2019). El conocimiento y la información como paradigmas innovadores de la educación superior. *Gestión Competitividad E Innovación*, 7(1), 1-11. Recuperado a partir de <https://pca.edu.co/editorial/revistas/index.php/gci/article/view/30>
- Agüero, P. (2023). Superando los Obstáculos en el Camino hacia el Éxito. LinkedIn. Recuperado de: <https://www.linkedin.com/pulse/superando-los-obst%C3%A1culos-en-el-camino-hacia-%C3%A9xito-ag%C3%BCero-vallejo/?originalSubdomain=es>
- Alvarez, L. y Chicaiza, G. (2023). Liderazgo Cuántico y Comportamiento Innovador en Instituciones Financieras Cooperativas. Universidad Técnica de Cotopaxi. Recuperado de <https://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/11308/1/PI-002575.pdf>
- Asana. (2022). Brainstorming: las mejores técnicas de lluvia de ideas para estimular la creatividad. Asana. Recuperado de: <https://asana.com/es/resources/brainstorming-techniques>
- Ascencio, E., García, R., Ramos, T., Vargas, V. (2020). Comportamiento Innovador en la Universidad Ecuatoriana: Un análisis multivariante. *Dialnet*. ISSN 1315-9984. volumen (25), 355-367. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8890911>
- Berroterán, J. (2023). La innovación desde la perspectiva del pensamiento creativo y transformador latinoamericano. *Observador del Conocimiento*. ISSN: 2343-5984. volumen (1). Recuperado de https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/33668203/observador_del_conocimiento_N_1_Vol_1_pag_173-libre.pdf

- Cabrera, S. (2012). Estratégias de ensino e ferramentas pedagógicas segundo os modelos epistemológicos propósitos por Jansen e Qvortrup. *Memorandum*, 23, 228-235.
Recuperado de: seer.ufmg.br/index.php/memorandum/article/view/9353
- Calle, A. (2022). Estudio empírico sobre los tipos de cultura y el comportamiento innovador de la empresa. Instituto Politécnico de Castelo Branco. Recuperado de:
<https://gestin.ipcb.pt/wp-content/uploads/2022/02/2007Gestin04-05art02.pdf>
- Castro, P. y Castillo, S. (2015). La Evaluación de la formación en Comportamiento Innovador. Universidad Politécnica Salesiana. ISSN:1390-325X. volumen (11). Páginas 66-77.
Recuperado de
https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/13766/1/Alt_v11n1_Castro_Castillo.pdf
- Chin, W. W. (2017). The partial least squares approach to structural equation modeling. *Modern Methods for Business Research*, 295(2), 295-336. Recuperado de: *Revista Science*
- Esparza, J., y Reyes, T. (2022). El tamaño empresarial como el factor que influye en el comportamiento innovador de las empresas mexicanas: un caso de estudio. *Redalyc*, volumen(19), páginas 31-51. Recuperado de
<https://www.redalyc.org/pdf/631/63137908002.pdf>
- Falcón, V. V., Vázquez, M. Y. L., & Hernández, N. B. (2023). Desarrollo y validación de un cuestionario para evaluar el conocimiento en Metodología de la Investigación. *Revista Conrado*, 19(S2), 51-60 Recuperado de:
<https://conrado.ucf.edu.cu/index.php/conrado/article/view/3232>

Fernández, M., González, M. y Iurralde, D. (2019). Actitudes y comportamientos innovadores en la sociedad española. Recuperado de: <https://www.researchgate.net/profile/Manuel-Fernandez.pdf>

Flórez, M. (2019). ¿Qué es la implementación de un proyecto?. Taskenter. Recuperado de: <https://www.taskenter.com/blog/nwarticle/57/1/que-es-la-implementacion-de-un-proyecto>

Gómez, J. y Mendizábal, G. (2019): “Economía social y comportamiento innovador: estudio empírico de las empresas de economía social en Castilla y León”, CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa, 81, 191-216. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/174/17432563007.pdf>

Góngora, G., García, D., Madrid, A. (2019). Efecto del apoyo público sobre el comportamiento innovador y el rendimiento en PYMES. Scielo. ISSN 1315-9518. volumen(16). Recuperado de https://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-95182010000300003

González, A., Jiménez, J., y Sáenz, F. (2017). Comportamiento innovador de las pequeñas y medianas empresas. Revista Dialnet. Universidad de Castilla – La Mancha. Vol. 3, W1, 2017, pp. 93-112. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/187734.pdf>

Hair Jr., J., Hult, G., Ringle, C., y Sarstedt, M. (2017). A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) (Segunda edición). California, USA: Sage Publications. Recuperado de: Revista Science

Henseler, J., Ringle, C. M., y Sinkovics, R. R. (2019). The use of partial least squares path modeling in international marketing. En R. Sinkovics, P.N. Ghauri (Eds.). New

challenges to international marketing, (advances in international marketing, 20) (p.277-319). Bingley: Emerald Group Publishing Limited. Recuperado de: Revista Science

Jong, J. y Hartog, D. (2019). Measuring Innovative Work Behaviour. Creativity and Innovation Management. Wiley. volumen (19). Páginas 23-36. Recuperado de <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1467-8691.2010.00547.x>

Jordá, B. y Ruiz, R. (2020). Comportamiento Innovador de las Empresas Internacionalizadas por Ámbitos Territoriales en Andalucía. Flujos y Sistemas. Universidad de Sevilla. volumen (Pág 315-348) Recuperado de <https://idus.us.es/handle/11441/43845>

Lam, A. (2020). Organizaciones innovadoras: estructura, aprendizaje y adaptación. Blog BBVA. University of London, Londres, Reino Unido. Recuperado de: <https://www.bbvaopenmind.com/articulos/organizaciones-innovadoras-estructura-aprendizaje-y-adaptacion/>

Malaver, F. y Vargas, M. (2019) El Comportamiento Innovador en la Industria Colombiana: Una exploración de sus recientes cambios. Redalyc. Páginas 33-61. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/205/20502703.pdf>

Marcuello, C. y Saz, M. (2018) Los principios cooperativos facilitadores de la innovación: un modelo teórico. REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos, N° 94, pp. 59-79. Disponible en: <http://revistas.ucm.es/index.php/REVE/article/view/REVE0808230065A/18859>.

- Mariño, W. (2019). El proceso de generación de ideas innovadoras para el emprendimiento. *Estudios de la Gestión: revista internacional de administración*, (2), 152-157. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8287018>
- Meroño, A y López, C. (2015). Comportamiento innovador y adopción de sistemas de gestión del conocimiento. Universidad de Murcia. Recuperado de: <https://www.mincotur.gob.es/Publicaciones/Publicacionesperiodicas/EconomiaIndustrial/RevistaEconomiaIndustrial/388/%C3%81ngel%20L.%20Mero%C3%B1o.pdf>
- Momeni, M. Ebrahimpour, H. y Ajirloo, M. (2021). El Efecto de la Autoeficacia de los Empleados en el Comportamiento Laboral Innovador en la Organización de la Seguridad Social en la Provincia de Ardabil. *Kuwait del Arabian Journal of Business and Management*. Volumen 3. Recuperado de <https://platform.almanhal.com/Files/2/74725>
- Mora, R. y Solís, M. (2020). Comportamiento innovador en individuos y grupos de trabajo: influencia del capital psicológico colectivo, la direccionalidad estratégica y la facilidad para alcanzar acuerdos. *Revista Scielo*. vol.65 no.2 Ciudad de México abr./jun. 2020. Recuperado de: https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0186-10422020000200009
- Norena – Chávez, D., Céliz, J. y Guevara, R. (2021). Influencia de los estilos de liderazgo en el comportamiento innovador de los cadetes peruanos. *Revista Scielo*. ISSN 1900-6586 On-line versión ISSN 2500-7645. Recuperado de: <https://doi.org/10.21830/19006586.732>

- Norena-Chavez, D., Céliz-Kuong, J. O., & Guevara, R. (2021). Influencia de los estilos de liderazgo en el comportamiento innovador de cadetes peruanos. *Revista Científica General José María Córdova*, 19(33), 29-50. <https://doi.org/10.21830/19006586.732>
- Padilla-Avalos, C. A., & Marroquín-Soto, C. (2021). Enfoques de investigación en odontología: cuantitativa, cualitativa y mixta. *Revista estomatológica herediana*, 31(4), 338-340. Recuperado de : <http://www.scielo.org.pe/pdf/reh/v31n4/1019-4355-reh-31-04-338.pdf>
- Pérez, J y Gardey, A. (2021). Resultado - Qué es, definición y concepto. *Definiciones*. Recuperado de: <https://definicion.de/resultado/>
- Pons, F y Ramos, J. (2012). Influencia de los estilos de liderazgo y las prácticas de gestión del comportamiento innovador sobre el clima organizacional de innovación. *Revista Scielo*. versión On-line ISSN 2174-0534 versión impresa ISSN 1576-5962. Recuperado de: <https://dx.doi.org/10.5093/tr2012a7>
- Pont, J. (2016). Modelos de comportamiento innovador y gestión pública: Hacia la emergencia de nuevos paradigmas. *Gestión y Análisis de Políticas Públicas*, nueva época – no 16, julio-diciembre 2016 – ISSN: 1989-8991. DOI: <http://dx.doi.org/10.24965/gapp.v0i16.10364>
- Prieto, M., Contreras, F. y Espinosa, J. (2020). Liderazgo y comportamiento innovador del trabajador en personal administrativo de una institución educativa. / ISSN: 1794-9998 / e-ISSN: 2256-3067 / Vol. 16 / N.o 1 / Recuperado de: <https://repository.urosario.edu.co/server/api/core/bitstreams/075b4402-1c06-4909-a3cb-1804bdca2e9f/content>

- Ramírez, L. y Ramírez, M. (2018). El papel de las estrategias innovadoras en educación superior: retos en las sociedades del conocimiento. *Revista Redalyc*. vol. 39, No 104, 2018, pp. 147-170. Vol. (39), Caracas, ISSN: 0798 – 9792. Recuperado de: <http://www.redalyc.org>
- Ramírez-Valbuena, W. Á. (2020). Inclusão: uma história de exclusão no processo ensino-aprendizagem. *Cuadernos de Lingüística Hispánica*, (30), 211-230. Recuperado de: https://revistas.uptc.edu.co/index.php/linguistica_hispanica/article/view/6195/5224
- Raykov, M. (2020). Apoyo de los empleadores para el trabajo innovador y la satisfacción laboral y el estrés relacionado con el trabajo de los empleados. *Revista de salud ocupacional*. volumen (56). Páginas 244-251. Recuperado de <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1539/joh.12-0192-OA>
- Rico, H., Martínez, Z., Rico, F., y Sepúlveda, P. (2020). *Comportamiento Innovador del Sector Alimentos en el Distrito de Barranquilla*. Ediciones Universidad Simón Bolívar. ISBN: 978-958-8930-06-0. Recopilado de <https://bonga.unisimon.edu.co/bitstream/handle/20.500.12442/1193/Comportamiento%20Innovador.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Rodríguez, A. et al (2017). Organizaciones en el marco de una cultura social innovadora: propuesta de factores explicativos. *Revista Science*. Vol. 17, N° 1, Enero – Abril 2017, pp. 017-035, ISSN: 1135-2523. Recuperado de: <https://pdf.sciencedirectassets.com/282628/>
- Saeed, B., Afsar, B., Cheema, S. y Javed, F. (2019). Intercambio líder-miembro y comportamiento laboral innovador: el papel del compromiso del proceso creativo, la autoevaluación central y el conocimiento del dominio. *Revista Europea de Gestión de la*

Innovación. ISSN : 1460-1060. Recuperado de

<https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/EJIM-11-2017-0158/full/html>

Según Morado, M. (2018). Entornos virtuales de aprendizaje complejos e innovadores: Una experiencia de creación participativa desde el paradigma emergente. Revista Scielo. On-line version ISSN 1409-4258 Print version ISSN 1409-4258. Recuperado de:

<http://dx.doi.org/10.15359/ree.22-1.18>

Staton, W. et al (2020). *Fundamentos de marketing*. Mc Graw-Hill/Interamericana.

Van Gyes, G. y Van Hootehem, G. (2014). The concept of Innovative Work Behavior:

Definition and orientation. Gedrag en Organisatie. Revista Redalyc, 27(2), 139-156.

Recuperado de <https://www.redalyc.org/journal/180/18065114001/>

Varela, A. (2015). Adopción de la innovación: framework en función de casos reales. Universitat Politècnica De Catalunya Escola Tècnica Superior D'enginyeria Industrial De Barcelona.

Recuperado de:

<https://upcommons.upc.edu/bitstream/handle/2117/96203/TAPVK1de1.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Velásquez, J. (2023). Influencias del liderazgo en el comportamiento innovador en el mercado.

Universidad del Rosario. Bogotá. Recuperado de:

<https://repository.urosario.edu.co/server/api/core/bitstreams/5d7b58ee-1407-48bf-93d7-8076f5533bb5/content>

Zuluaga, L y Patiño, M. (2015). Comportamiento innovador. Universidad ICESI. Recuperado de

https://repository.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/10906/76182/1/capital_comportamiento_innovador.pdf