

Excelencia Administrativa Online

Revista de la Facultad de Contaduría y Administración
de la Universidad Autónoma de Chihuahua



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE
CHIHUAHUA



FACULTAD DE
CONTADURÍA Y
ADMINISTRACIÓN

NÚMERO

3

AÑO 1
Septiembre-diciembre 2022

EXCELENCIA ADMINISTRATIVA ONLINE tiene como objetivo contribuir al avance del conocimiento científico técnico relacionado con la práctica empresarial, mediante artículos de investigación teórica o aplicada. Volumen I, número 3, septiembre-diciembre de 2022, es una publicación cuatrimestral editada por la Facultad de Contaduría y Administración de la Universidad Autónoma de Chihuahua. Campus Universitario # 2 Circuito Universitario No. 1, C.P. 31125 Chihuahua, Chih., México Tels. (614) 442-0000, (614) 442-0030 Ext. 6623 o 6609, <https://vocero.uach.mx/index.php/excelencia-administrativa>, Directora: Dra. Cristina Cabrera Ramos, Editor responsable: Dra. Sonia Esther González Moreno. Reserva de Derechos y el ISSN en trámite ante el Instituto Nacional del Derecho de Autor. Responsable de la actualización de este número: M.A.R.H. Erika Nancy Rodríguez Quintana Secretaría de Investigación y Posgrado de la Facultad de Contaduría y Administración.

DIRECTORIO INSTITUCIONAL

Universidad Autónoma de Chihuahua

M.D. Luis Alfonso Rivera Campos

Rector

Mtra. Georgina Bujanda Ríos

Secretaria General

Dr. Luis Carlos Hinojos Gallardo

Director de Investigación y Posgrado

M.A.P. Martha Lorena Mier Calderón

Directora Académica

L.A.E. Alberto Eloy Espino Dickens

Director Administrativo

**Dra. Ruth del Carmen Grajeda
González**

Directora de Extensión y Difusión
Cultural

M.A.P. Marcela Herrera Sandoval

Directora de Planeación y Desarrollo
Institucional

Facultad de Contaduría y
Administración

Dra. Cristina Cabrera Ramos
Directora

**M.F. Armando Salustio González
Terrazas**

Secretario de Planeación y Desarrollo
Institucional

**M.A.R.H. Erika Nancy Rodríguez
Quintana**

Secretaria de Investigación y
Posgrado

M.F. Viviana Berroterán Martínez

Secretaria Académica

**M.A. Cynthia Guadalupe Parra
Almada**

Secretaria de Extensión y Difusión
Cultural

M.A.R.H. Victoria Herrera Nieto

Secretaria Administrativa

COMITÉ EDITORIAL

Equipo Editorial

Dra. Cristina Cabrera Ramos
Presidenta

Dra. Sonia Esther González Moreno
Editora General

M.F. Mabel Sánchez Holguín
Editora de Producción

M.A.R.H. Erika Nancy Rodríguez
Quintana
Editora Científica

M.F. Armando Salustio González
Terrazas
Editor Gráfico

Consejo Editorial

Dra. Lilia Rosa Ávila Meléndez

Dr. José Luis Bordas Beltrán

Dr. Mario Carrera Ramos

Dra. Irma Leticia Chávez Márquez

Dr. Eduardo Domínguez Arrieta

Dra. María del Carmen Gutiérrez Diez

Dra. Gloria Lizeth Ochoa Adame

Dra. Ana Isabel Ordoñez Parada

Dr. Jesús Manuel Palma Ruiz

Dra. Laura Cristina Piñón Howlet

Dra. Graciela del Carmen Sandoval Luján

Dra. Alma Lilia Sapién Aguilar

Dr. Aldo Josafat Torres García

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIHUAHUA
FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN

Excelencia Administrativa Online

ÍNDICE

-
- Artículo:** Uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación y su impacto en el índice de desocupación laboral durante la pandemia por Covid-19. 1-16
Claudia Guadalupe Pérez Sosa y Yessika Melissa Méndez Baeza
- Artículo:** El emprendimiento digital: ¿una oportunidad o un reto? 17-33
Yolanda Rosales Manjarrez, Xóchitl Bustillos Varela y Leonardo Ramos Ruelas
- Artículo:** Bitcoin, divisas y bolsas de valores: Un análisis de correlación durante la pandemia del COVID 19. 34-51
Carlos Cristian de la Rosa Flores
- Artículo:** Comportamiento de los índices de pobreza en el estado de Chihuahua durante la pandemia COVID-19 52-65
Mabel Guadalupe Sánchez Holguín, Luz Elena Guzmán Ibarra y Erika Nancy Rodríguez Quintana
- Artículo:** Innovación empresarial: Una revisión de literatura 66-86
Marisol García Alvarado y Luis Carlos Quiñones Baca

Innovación empresarial: Una revisión de literatura

Business Innovation: A review

Fecha de recepción: Abril 2022

Fecha de aceptación: Abril 2022

Marisol García Alvarado¹, Luis Carlos Quiñónez Baca²

1. Maestra en Administración de Recursos Humanos, docente en la Facultad de Contaduría y Administración, Universidad Autónoma de Chihuahua. Circuito Universitario #1, Nuevo Campus Universitario, Chihuahua, Chih, México. CP 31125, (52) 614 442 0000 extensión 6623
2. Maestro en Ingeniería en Computación, docente en la Facultad de Ingeniería, Universidad Autónoma de Chihuahua. Circuito Universitario #1, Nuevo Campus Universitario, Chihuahua, Chih, México. CP 31125, (52) 614 442 9500 extensión 2581 ó 2511

Correspondencia: Marisol García Alvarado

Dirección: Circuito Universitario #1, Nuevo Campus Universitario, Chihuahua, Chih, México. CP 31125

Teléfono: (52) 614 442 0000 extensión 6623
(52) 627 1071881

Correo: mgarciaa@uach.mx

Innovación empresarial: Una revisión de literatura
García Alvarado y Quiñonez Baca

RESUMEN

En la presente investigación se realizó una revisión de la literatura relacionada con el tema de innovación empresarial. A diferencia de otros documentos, la revisión se enfocó en aspectos temporales y su avance en el tiempo. El objetivo es realizar un análisis cualitativo-documental a través de la literatura existente sobre el tema de innovación empresarial. Asimismo, se siguió la metodología de García, Grilló y Morte (2021). Además, la revisión se realizó en artículos publicados en México y otros países. Entre los hallazgos más relevantes, se encontró que la innovación puede ser uno de los determinantes de crecimiento económico y puede ser aplicada a diversos ámbitos de la empresa incluyendo la adopción de nuevos productos, métodos y procesos. A partir de estos hallazgos se recomienda realizar un análisis de la adopción de innovación en el contexto de la pandemia por COVID-19.

Palabras clave: innovación, empresas

Clasificación JEL: O, O3

ABSTRACT

In this research, a review of the literature related to the topic of business innovation was carried out. Unlike other documents, the review focused on temporal aspects and their progress over time. The objective was to elaborate a qualitative-documentary analysis through the existing literature on the subject of business innovation. Likewise, the methodology of García, Grilló and Morte (2021) was followed. In addition, the review was carried out on articles published in Mexico and other countries. Among the most relevant findings, it was found that innovation can be one of the determinants of economic growth and can be applied to various areas of the company including the adoption of new products, methods and processes. Based on these findings, it is recommended to carry out an analysis of the adoption of innovation in the context of the COVID-19 pandemic.

Keywords: innovation, business

JEL Codes: O, O3

INTRODUCCIÓN

La innovación empresarial es un ente importante en las organizaciones, dado que innovar ha sido una de las formas en que las empresas cambian sus métodos tradicionales y obsoletos que no les permitían alcanzar el éxito. El proceso de innovación en las empresas permite que estas interactúen de manera dinámica y logren así, ser competitivas (Bayraktar et al., 2017). El mundo global y cambiante, la exigencia de los compradores, la evolución de la tecnología y la competitividad empresarial son factores que propician que las organizaciones se vean obligadas a innovar y que realmente no sea una opción, sino una necesidad (Muñoz & Espinosa 2018). Asimismo, la innovación se considera importante dadas las ventajas que esta genera, por ejemplo, incrementa el crecimiento económico, computariza procesos, reduce costos y tiempos, y tiende a generar mayor calidad en productos y servicios (Castillo et al., 2020).

En la actualidad las empresas se enfrentan a diversos retos para sobrevivir en el mercado global existente, estas se ven obligadas a establecer estrategias innovadoras, por lo cual deben ser eficientes en sus procesos productivos. Los componentes de la innovación empresarial son: la innovación radical, la innovación disruptiva, la innovación de productos y servicios, la innovación de procesos, la innovación organizacional y la innovación de modelos de negocios. La innovación radical se caracteriza por productos o servicios que son originales y distinguibles ante la competencia (Sorescu, 2017); la innovación disruptiva, aquí la innovación se realiza en un paso a paso, donde el objetivo es lograr satisfacer el mercado, que normalmente se encuentra insatisfecho (Hernández & Sánchez ,2017); la innovación de productos y servicios es importante para una marcada distinción en el mercado, dado que no todas las empresas logran innovar (Bayraktar, et al., 2017); la innovación de procesos se considera como la aplicación de diversas estrategias que recaen sobre los procesos productivos y que son clave para mejorar las obsolescencia de productos y servicios (Chiriboga et al., 2019); la innovación organizacional se adentra a las decisiones, responsabilidades y poder de los directivos en el cual tiene un gran peso sobre la incorporación de nuevos proveedores, comunicación y relación con otras organizaciones, implementación de estrategias y que al final llevarán a generar de manera correcta la innovación (Alvarado, et al., 2018); la innovación de modelos de negocio tiene un mayor enfoque sobre la creación de un producto o servicio, en cual dan seguimiento al valor del ciclo de vida del producto, por lo que será importante entender las necesidades básicas del cliente y satisfacerlas (Parida et al.,2019).

Innovación empresarial: Una revisión de literatura *García Alvarado y Quiñonez Baca*

Por otro lado, Porter (1985) menciona que las empresas deben enfocarse en mejorar las actividades respecto a los servicios o productos que ofrece la competencia, por ejemplo: mejoramiento de procesos, ahorro en recursos y rapidez, mostrando siempre un mejoramiento continuo. Asimismo, las empresas deben reinventar los productos y servicios que ofertan en el mercado, por lo que, deberán enfocarse en buscar canales de venta, explorar nuevos nichos de mercado que no han sido explotados y definir modelos de negocios para lograr ser más competitivos.

Los avances tecnológicos a través de los años han tenido un impacto positivo sobre las organizaciones transformando de manera notoria procesos, productos, servicios, satisfaciendo necesidades. Entonces la implementación de las nuevas tecnologías obliga al personal a adherirse al entorno digital, sin embargo, las empresas que no se adaptan se estarán quedando atrás, abriendo camino a nuevos competidores que si se encuentran en la era digital. En el mundo, las nuevas empresas son el resultado de nuevos empresarios, estos nuevos empresarios han diseñado acciones que cambian las estructuras tradicionales y crean estrategias para modelos de negocios novedosos, introduciendo con ello nuevas gestiones administrativas. Además, han realizado una serie de cambios que impactan en beneficio a su personal, por ejemplo: la flexibilidad de horarios, informalidad, organizaciones más sencillas, valores humanos, con esta innovación de negocio tienden a evitar conflictos tradicionales laborales, y tienen contento y productivo al empleado (González, 2018). Es importante mencionar, que a pesar de que existen este tipo de empresarios con otra visión, aún siguen existiendo empresas con esquemas tradicionales. Hace algunos años, se tenía la creencia de que lo mejor era constituir empresas grandes, con estructuras jerárquicas bien establecidas, sin embargo, este tipo de modelos ha presentado grandes cambios cuando se analiza la industria japonesa, italiana y algunas otras, por lo cual, será de gran importancia entender que las empresas jóvenes y relativamente más pequeñas ofertarán más empleos; las pequeñas empresas innovan más y realizan más cambios tecnológicos que las grandes y mientras las pequeñas empresas tienden a innovar, las grandes empresas tienden a adquirir (Varela, 2001).

La integración de la tecnología en los negocios es fundamental para dar valor. Cuando la tecnología es aplicada a las empresas, estas deben de adaptarlas a sus procesos, de lo contrario, carecerá de sentido si no se considera una herramienta fundamental para su crecimiento. La clave para afrontar los nuevos paradigmas en términos de tecnología, será entender, que la innovación es un ente que traerá consigo crecimiento (Moraleda, 2004). Asimismo, uno de los problemas empresariales es la falta de adopción de TI en sus procesos organizacionales, las

Innovación empresarial: Una revisión de literatura *García Alvarado y Quiñonez Baca*

empresas que no involucran en sus procesos tecnologías como una herramienta para permanecer en el mercado y ser competitivas, limitan su crecimiento, pierden ingresos y dejan de ser relevantes, esto puede provocar su cierre permanente (Luengo y Obeso, 2013).

El objetivo de este trabajo es realizar un análisis cualitativo-documental a través de la literatura existente sobre el tema de innovación empresarial. Por lo que, a través del presente estudio se pretende analizar su avance durante el tiempo, conceptualización, medición y como otros autores han abordado el tema. Asimismo, con la literatura analizada se pretende indagar en la aportación que han hecho cada uno de ellos a través de sus investigaciones.

Innovación empresarial

El término de innovación es definido como cambiar o alterar las cosas tratando de introducir novedades. Particularmente, al abordar este concepto, desde el inicio de la humanidad se ha tocado el tema sobre innovación, sin embargo, en la actualidad ha sido un tema que se ha estudiado recientemente y se le ha otorgado un carácter de análisis económico. Schumpeter (1939) fue uno de los pioneros en utilizar este como concepto como explicación del crecimiento económico. Los primeros estudios relacionados al tema de innovación en las empresas muestran una creciente variedad en los procesos relacionados con la innovación, por lo que, esta es entendida como un proceso social, en el cual el conocimiento científico y tecnológico, son un factor importante. Sin embargo, todo dependerá del entorno y/o contexto, el objetivo que se quiere seguir y los factores, por lo que cada innovación que se realice será única (Sebastián, 2010).

La innovación tecnológica ha sido estudiada por diversos autores. En la década de los setentas el término de innovación era concebido como una provisión que le daba valor a los bienes y servicios, por lo que no era suficiente la adquisición de bienes o servicios, sino que estos deberían de ser los mejores y con precios no elevados. Entonces, la innovación puede darse en cualquiera de los procesos del negocio, por ende, se puede innovar la estructura organizacional, las estrategias, el método de adquisición de productos, las técnicas de ventas, los precios, los productos, entre otros. Asimismo, innovar no solo es el desarrollo de algún producto nuevo, innovar es crear un negocio nuevo. Por lo que la clave para mantener el liderazgo en el mercado empresarial será nuevas ideas y hacer las cosas de diferente manera, obteniendo con ello permanencia y éxito en la empresa (Drucker, 2014).

Es fundamental mencionar que la innovación tecnológica no es únicamente la creación de cosas novedosas, si no de encontrar oportunidades para hacer innovación. Será esencial que

Innovación empresarial: Una revisión de literatura *García Alvarado y Quiñonez Baca*

los directivos de empresas sean una de las piezas claves en una organización para la implementación de estrategias novedosas, este deberá ser capaz de introducir innovaciones, así como saber hacerlas y aplicarlas. Por tal motivo, la innovación va de la mano de las estrategias planteadas por la propia organización, así como la competitividad de la misma. Por ende, el conocimiento tecnológico está compuesto por tres elementos: métodos, procesos y técnicas, y estas son parte de un producto o servicio (Sebastián, 2010).

A través de la definición de Porter (1991) se complementa el término de innovación empresarial, en el cual se hace referencia a que la innovación se puede observar desde la creación de un nuevo producto o el diseño del mismo, nuevos procesos de producción, implementación de nuevas estrategias de marketing y todo lo relacionado con la cadena de valor, por lo que esto llevará a generar una ventaja competitiva. Schumpeter (1939) explica los tipos de innovaciones: la producción de nuevos productos o servicios, métodos de producción novedosos, la explotación de nuevos recursos o materia prima, la búsqueda de nuevos nichos de mercado y la innovación de un nuevo modelo de negocio.

Por otro lado, la innovación empresarial puede ser influenciada por diversos factores, los cuales, se pueden presentar dependiendo del tamaño de la organización. Estos pueden ser de carácter organizativo, por ejemplo: estrategias mercadológicas, de liderazgo, prácticas realizadas por el área de recursos humanos y de cultura organizativa. Dentro de ellas, destacan los factores culturales (Damanpour, 1991). Asimismo, la literatura, señala que uno de los factores determinantes para una adecuada innovación es el aprendizaje organizativo, dado que, este es un proceso que permite la posibilidad de adquirir y crear conocimiento, además, se modifica la estructura organizacional, así como la de las actividades productivas (Stata, 1989).

Entonces, en el campo de la gestión estratégica es imprescindible revisar como las empresas logran y se mantienen en competencia. Para lograr esto, la competencia está vinculada con aspectos de innovación. Además, una empresa no debe ser considerada solamente como una firma, sino al contrario, debe ser catalogada como una colección de recursos productivos que se vuelvan parte de procesos novedosos, y que esto, estará totalmente vinculado a la toma de decisiones administrativas (Penrose, 2009). Además, la gestión empresarial ha marcado el camino de la innovación en productos y servicios, sin embargo, no es lo suficiente para cubrir necesidades de carácter actual, las empresas, deben de cambiar sus modelos de negocios tradicionales, por modelos de negocios digitales. La innovación y la tecnología son una pieza clave en los procesos productivos empresariales, así como en sus

Innovación empresarial: Una revisión de literatura
García Alvarado y Quiñonez Baca

transformaciones. Asimismo, las empresas deberán dotarse de nuevos conocimientos, capacidades diferentes a los de una organización tradicional.

La innovación está presente en todas las actividades de la organización, existe la innovación de producto, la innovación de proceso, la innovación en mercadotecnia, la innovación de la organización. La innovación del producto, es una de las innovaciones que llega a dar éxito al negocio, dado que se enfoca en la innovación de productos o servicio, así como una nueva creación de los mismos; la innovación de procesos, tiene su enfoque en la creación de procesos productivos novedosos y con ello el cambio y la modificación de las técnicas para realizar los productos servicios, y que en esto recaerá el conocimiento de capital humano; la innovación de la mercadotecnia este referencia los cambios que se realicen en etiquetado de productos y servicios, publicidad y promoción; y por último, la innovación organizacional, se da a través de la introducción de un nuevo método organizativo interno y externo (Barbosa De Sousa y Dominique-Ferreira, 2012). En la Figura 1 se observa el proceso de la generación de innovación.

Figura 1. Proceso de generación de innovación



Fuente: Elaboración propia con información tomada de Sánchez (2019).

Innovación empresarial: Una revisión de literatura *García Alvarado y Quiñonez Baca*

La innovación empresarial ha sido estudiada desde la antigüedad, la cual era comprendida como una impulsora del crecimiento económico, este fenómeno, era más notorio en países más desarrollados. La economía de la innovación se encarga de estudiar los fenómenos asociados con la innovación, los cambios y procesos tecnológicos. Schumpeter (1939) explicó que los cambios en los procesos económicos, son empujados por la innovación. Asimismo, Schumpeter menciona que el proceso de destrucción creativa, viene a través de la evolución histórica del capitalismo, y se diferencia por cinco tipos de innovaciones: entrada de un nuevo bien o servicio, entrada de un nuevo método productivo, apertura a nuevos nichos de mercado, nuevos recursos o materias primas y nuevas organizaciones.

Según la teoría del desarrollo económico de Schumpeter (1963) se diferencia la innovación de la invención, en el cuál la invención hace referencia a la creación de nuevas ideas, mientras tanto, la innovación va más allá de la creación de un invento, si no de la transformación e innovación de este. Además, se deriva la teoría creativa, en la cual un individuo, implementa métodos novedosos de producción en una empresa de nueva creación o ya existente, implementa métodos de producción para incrementar sus niveles de competitividad, comercializa productos sustitutos y realiza mejoras a productos o servicios.

El concepto de "Sistema de innovación" es apreciado por primera vez por Freeman (1987), asimismo otros autores que realizaron grandes aportaciones fueron Nelson y Winter (1983) y Lundvall (1992). En el caso de Lunvall identifica cinco elementos en los sistemas de innovación: organización de las empresas, la relación existente entre las empresas, gastos de inversión y desarrollo en el sector público, la estructura de los sectores financieros, y la intensidad de investigación y desarrollo del sector empresarial. Nelson atribuye que los elementos fundamentales de una estructura nacional son los incentivos en términos de innovación, la capacidad creativa por parte de los agentes económicos y los cambios en los sistemas culturales. Por otro lado, Bell y Pavitt (1994) identifican únicamente cuatro elementos sobre los sistemas de innovación: las organizaciones, centros de investigación aplicada y la administración. Edquist (2009) clasifica estos elementos en: sector privado (organizaciones) y el sector público. Dada la atribución teórica de los diferentes autores sobre el tema de sistemas de innovación, Asheim y Gertler (2005) mencionan que puede dividirse en dos, en la cual una puede ser más específica y la otra más amplia. Entonces, en un concepto estrictamente sobre los sistemas de innovación sería aquel que incluya la investigación y desarrollo en las empresas (Etzkowitz y Leydesdorff, 2000).

Innovación empresarial: Una revisión de literatura *García Alvarado y Quiñonez Baca*

De acuerdo a la revisión de la literatura realizada, se argumenta sobre los procesos tecnológicos y el aprendizaje, en el cual ambos son fundamentales, y deben desenvolverse sobre un ambiente de innovaciones, en el cual se promueva el intercambio igualitario de personal, de conocimientos científicos, de conocimientos tecnológicos y de impulsos innovadores (Perrin, 1988). Es importante resaltar que el concepto de innovación no solo implica factores o agentes relacionados con la investigación y el desarrollo, sino a otros aspectos que pueden influir directamente o indirectamente sobre temas de innovación. En la Tabla 1 se observan los componentes de teóricos de un "Sistema de Innovación".

Tabla 1. Componentes de teóricos de un "Sistema de Innovación"

<p>Empresas (organización interna)</p> <ul style="list-style-type: none">• Esfuerzo en investigación y desarrollo• Visión de cultura innovadora.• Tamaño y tipo de empresas• Diseño de productos y servicios para expansión en el mercado.• Procesos modernos y dinámicos.• Distribución de productos y servicios• Redes de cooperación empresarial.• Relación con clientes y proveedores.
--

Fuente: Gutiérrez y Baumert (2018).

A través de los años se han estudiado los factores que influyen en la adopción de tecnología. Según Kotler (1988) estos factores son de índole económico, social, psicológico y cultural.

Factor económico

En este factor se incluye la revisión del nivel de ingresos de la empresa para la adquisición de equipamiento, el análisis de la disminución de costos que traerá consigo la compra y el comparativo del costo-beneficio que traerá consigo la inversión e innovación de tecnología.

Factor social

La sociedad es un fuerte pilar de empuje para la toma de decisiones en cuestión de adopción de TI, en el cual directivos suelen apoyarse de puntos de referencia de amigos y

Innovación empresarial: Una revisión de literatura *García Alvarado y Quiñonez Baca*

compañeros para conocer su opinión sobre el uso de las tecnologías, incluso estos grupos pertenecen o son usuarios de empresas que ya han adoptado la tecnología como parte de su organización. Asimismo, su núcleo familiar y la cultura que los arraiga los influencia sobre la toma de decisiones.

Factor psicológico

La parte de la psicología es una pieza clave en la adopción de las TI, dado que el empresario en la mayoría de las veces se quiere ver integrado a una estructura social que proporcione estatus a su negocio y a sus clientes, por lo que ambos van encaminados con la reputación de la organización y que son influenciados por el aspecto psicológico.

Factor Cultural

Las sociedades que se encuentran relacionadas con la integración de las TI y la innovación, no les será difícil la implementación diaria en sus procesos. Entonces, todo será cuestión de los hábitos y costumbres que tenga esa sociedad, así como de su cultura empresarial. Por lo que, para que esta implementación de TI sea de manera adecuada todos los empleados de la organización deberán ampliar sus horizontes de conocimiento.

METODOLOGÍA

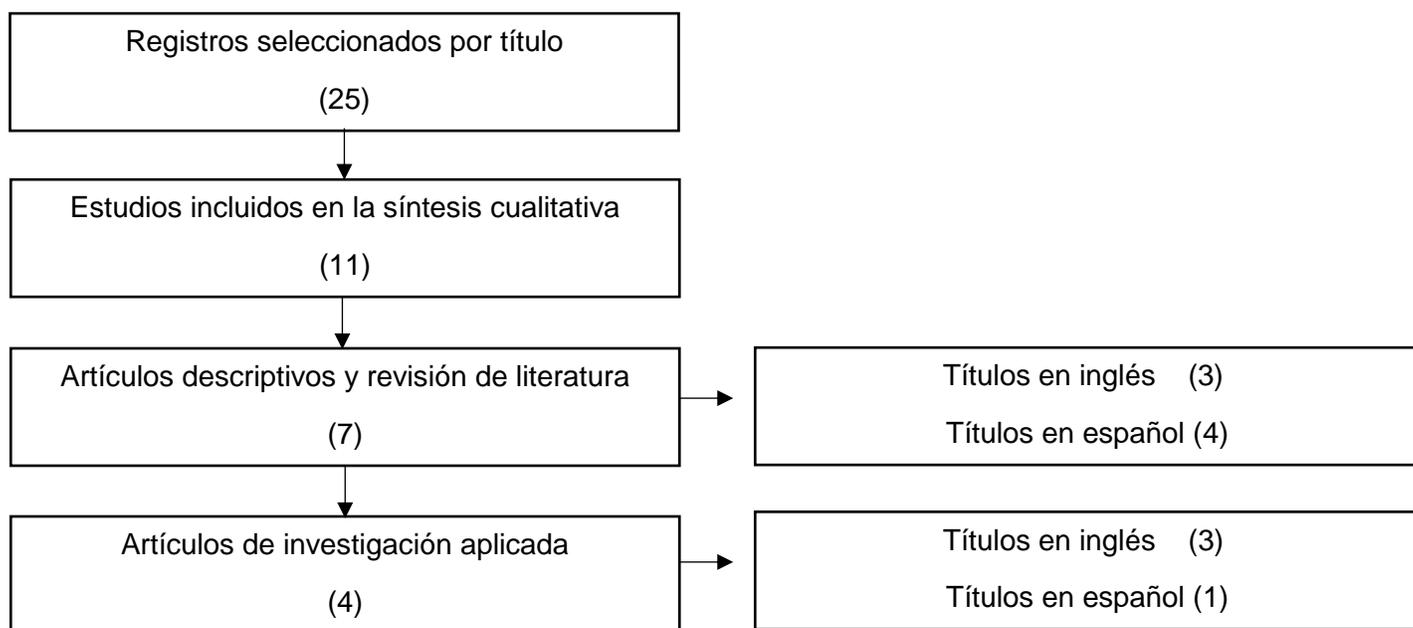
La investigación se realizó siguiendo la metodología de García, Grilló y Morte (García-Madurga et al., 2021), en el cual se realizó una revisión de literatura de acuerdo al tema de interés, en el caso de la presente investigación fueron tecnología e innovación en empresas. Los criterios de selección fueron la pertinencia del tema, revisión inicial de los temas de interés y con ello se construye una tabla con los documentos incluidos en la síntesis cualitativa, en la cual se destaca el título, primer autor, revista, aportación y país. La búsqueda de información se lleva a cabo en títulos de idioma inglés y español, en revistas de acceso público y relacionadas con el tema. Se utilizó el programa Mendeley como gestor bibliográfico y la plataforma Atlas.ti en la cual se genera un conteo de palabras, análisis de título y contenido. En la Tabla 2, se especificaron los criterios de inclusión y exclusión. En su caso, se excluyeron libros y capítulos de libros por su poca disponibilidad en la red.

Tabla. 2 Criterios de inclusión y exclusión

Criterios de inclusión	Criterios de exclusión
Artículos de investigación publicados en revistas científicas. Títulos en inglés y español. Temas relacionados al tema de innovación empresarial.	Revistas de acceso ilimitado. Revistas o portales que carezcan de información científica. Libros y capítulos de libros.

Fuente: Elaboración propia.

Figura 2. Diagrama de flujo de las decisiones de inclusión



Para el cumplimiento del objetivo de este artículo, se revisaron 25 trabajos de carácter científico publicados en revistas de acceso público y en relación al tema de innovación empresarial, de los cuales 11 de ellos se incluyeron en la síntesis cualitativa. Asimismo, se estableció cuáles eran de tipo cualitativo y cuantitativo. De los de carácter cuantitativo se realizó una tabla de los indicadores para la variable de innovación empresarial. Además, a través de la revisión de cada uno de los artículos se cuestiona ¿Cómo la Innovación Empresarial ha evolucionado en el tiempo?, a través de su conceptualización, indicadores y aportaciones sobre el tema.

RESULTADOS Y HALLAZGOS

En la Figura 3 se muestra una nube de palabras con los tópicos más empleados en las investigaciones de innovación empresarial, en la cual se muestra una relación estrecha entre innovación, empresas, administración, cultura, negocios y Total Quality Management.

Figura 3. Nube de palabras de los tópicos más empleados en las investigaciones de Innovación empresarial



Fuente: Elaboración propia.

Tabla 3 Indicadores de medición de la variable innovación empresarial

Indicadores	Autor
Porcentaje de adopción de innovación, tipo de innovación, número de nuevos productos, número innovaciones en los procesos.	Damanpour (1991)
Número de productos nuevos introducidos, número de innovaciones adoptadas dentro de un periodo, número de cambios tecnológicos introducidos en los últimos años, número de patentes, gasto de investigación y desarrollo.	Martínez (2008)
Número de novedades introducidas, esfuerzo para innovar: gastos, horas, personas, procesos y sistemas de gestión.	Naranjo, Jiménez, Sanz (2012)
Gasto en investigación y desarrollo, proporción de empleados educados en cuestiones de tecnología, facturación de nuevos productos.	Haus, Dahl, Rodríguez (2019)

Fuente. Elaboración propia.

Innovación empresarial: Una revisión de literatura
García Alvarado y Quiñonez Baca

En la Tabla 3 se muestra los indicadores de medición para la variable innovación según algunos autores. Es importante mencionar que la variable antes mencionada, se destaca por ser medida por el número de novedades introducidas en procesos o servicios, y que a través de los años se puede observar que uno de los indicadores que se utiliza para dicha medición es el conocimiento (educación en términos de tecnología).

Asimismo, en la Tabla 4 se muestran los estudios incluidos en la investigación. Los campos de extracción fueron: título, primer autor, revista, aportación principal y país.

Tabla 4. Documentos incluidos en la síntesis cualitativa

Título	Primer autor/Año	Revista	Aportación principal	País
Organizational innovation: A meta-analysis of effects of determinants and moderators.	Damanpour, F. (1991)	Academy of management journal	Sugiere que la variable de tipo de organización debería de ser una variable de contingencia, dado que, los tipos de organización se identifican por industria, sector y estructura, por lo que será crucial distinguir el tipo para determinar las oportunidades y amenazas, lo cual influye en su grado de innovación. También, se debe distinguir el tipo de innovación y la etapa de adopción.	Estados Unidos de América
Las innovaciones en las organizaciones modernas	Salgado, C. (1994)	Revista Gestión y Estrategia	La tecnología efectiva está determinada por la habilidad del CEO para promover la "Ingeniería de Cambio"	México
Value Innovation: The Strategic Logic of High Growth	Kim, W. (1998)	Havard Business Review	El stock actual de una empresa impide a una empresa buscar innovación.	Estados Unidos de América
La innovación, clave para la competitividad empresarial	Moraleda, A. (2004)	Universia Business Review	La innovación empresarial se da, dada la habilidad de la empresa para integrarla en sus procesos.	España

Innovación empresarial: Una revisión de literatura
García Alvarado y Quiñonez Baca

Does quality management foster or hinder innovation? An empirical study of Spanish companies	Martínez, M. (2008)	Total Quality Management	Las empresas deben aplicar TQM (Total Quality Management) en su sentido más amplio y no restringir su aplicación a aspectos técnicos.	España
¿Es la cultura organizativa un determinante de la innovación en la empresa?	Naranjo, J. (2012)	Revista de Economía y Dirección de la Empresa.	La cultura organizacional es un factor que impacta positivamente en la innovación empresarial.	España
Innovación empresarial, difusión, definiciones y tipología. Una revisión de literatura.	Garzón, M. (2013)	Dimensión empresarial	Componentes fundamentales de la innovación: habilidades de las personas, medidas de innovación, informática y procesos administrativos.	Colombia
Estrategia y cultura de innovación, gestión de los recursos y generación de ideas: prácticas para gestionar la innovación en empresas	Candia, J. (2014)	Pensamiento y Gestión	La innovación y la administración de la innovación son parte de una estrategia para el crecimiento de sus negocios.	Colombia
You Need an Innovation Strategy	Pisano, G. (2015)	Havard Business Review	Los cuatros tareas para implementar una estrategia de innovación son: ¿Cómo se espera que la innovación de valor a la empresa y satisfaga a los clientes?, creación de un plan de alto nivel para asignar recursos a los diferentes tipos de innovación, inversión de tiempo, dinero y esfuerzo para la creación de la estrategia y finalmente son los líderes de la organización los que deben de tomar estas decisiones.	Estados Unidos de América
Business model innovation through	Ibarra, D. (2018)	Procedia manufacturing	Smartización de productos y servicios en los modelos de negocio.	Rumania

Innovación empresarial: Una revisión de literatura
García Alvarado y Quiñonez Baca

Industry 4.0: A review				
Does combining different types of collaboration always benefit firms? Collaboration, complementarity and product innovation in Norway	Haus, S. (2019)	Research Policy	La combinación de conocimiento y experiencia incrementará los niveles de innovación.	Noruega

Fuente: Elaboración propia.

ANÁLISIS

Se encuentra que España y Estados Unidos de América destacan entre los países que han estudiado el tema de Innovación empresarial en la presente investigación. Además, se comprueba que en los últimos años la variable de estudio ha incorporado indicadores de conocimiento tecnológico, como factor determinante de la innovación en empresas. Por otra parte, se detecta que el tema de innovación empresarial es estudiado mayormente en países como más desarrollo como lo es el caso de Estados Unidos de América.

CONTRASTACIÓN

Los datos arrojados en la investigación, a través de la síntesis cualitativa presentada en la Tabla 4 demuestran la importancia que tiene la innovación empresarial en las organizaciones. Entonces, se destaca que a través de la evolución en el tiempo Damanpour (1991) sugiere que es de vital importancia distinguir los tipos de innovación y la etapa de adopción, por consecuente esto será útil para diagnosticar en qué parte de la organización será aplicado. Además, sugiere que la variable de tipo organización sea identificada por sectores y estructura.

Es importante destacar que para Salgado (1994) la innovación empresarial es efectiva cuando el CEO está dispuesto a realizar una estructura de reingeniería de cambio la cual involucra proyectos de gestión, talleres de alto impacto y coaching para la mejora de resultados organizacionales. Kim (1998) atribuye que el stock actual de una empresa impide que esta busque innovación.

Innovación empresarial: Una revisión de literatura *García Alvarado y Quiñonez Baca*

Moraleda (2004) argumenta que el proceso de innovación empresarial se da a través de la agilidad para integrarla en la organización, de tal manera que la creación de estrategias e implementación debe realizarse rápidamente para empujar los procesos con innovaciones. Martínez (2008) menciona que las empresas deben aplicar el TQM (Total Quality Management) donde el objetivo es el estudio y valoración de calidad de cada una de las etapas de los procesos organizacionales, por lo que el TQM antecede a la innovación.

Otra aportación importante es la que presenta Naranjo (2012) en la cual menciona que una buena cultura organizacional impacta positivamente la innovación empresarial, que va de la mano con la aportación que hace Garzón (2013) el cual menciona que los componentes fundamentales de la innovación son: las habilidades de las personas, medidas de innovación, informática y procesos administrativos, que si bien de manera focalizada se destaca al recurso humano como ente de importante en la adaptación al cambio. De manera positiva Candia (2014) afirma que la innovación y la administración de la innovación son parte de una estrategia para el crecimiento de los negocios.

En torno a las tareas para implementar innovación Pisano (2015) propone cuatro, la primera, es detectar como la innovación dará valor a la empresa y satisfará a los compradores, la segunda, es crear un plan en el cual se asigne recursos a los diferentes tipos de innovación, el tercero, inversión de tiempo y dinero para la creación de la estrategia, y finalmente, el cuarto, los líderes de la organización deberán tomar las decisiones.

Ibarra (2018) enfoca la innovación en smartización de productos y servicios en los modelos de negocio, donde se revisará los ciclos de vida de los mismos. Respecto a la aportación de Haus (2019) menciona que la combinación de conocimiento y experiencia incrementará los niveles de innovación, por tanto, el conocimiento del recurso humano en la organización será parte importante para la implementación de innovaciones.

CONCLUSIONES

Una vez realizadas las consideraciones anteriores sobre el tema de Innovación Empresarial, desde su origen, conceptualización, medición y aportes de estudios realizados. Esta es entendida como un cambio innovador que favorece mejoras en la actividad empresarial y se enfoca en los cambios de los procesos, modelo de negocio, producto o servicio y mercado (Castillo et al., 2020). Además, de acuerdo a Schumpeter (1993) se concibe de acuerdo a su terminología como un ente de crecimiento económico.

Se evidencia que la Innovación Empresarial a través de los años ha sido medida a través del porcentaje de adopción de innovación, tipos de innovación, números de nuevos productos y números de innovaciones en los procesos (Damanpour, 1991). Asimismo, Martínez (2008) expone que parte importante de la medición son el número de patentes y gasto de investigación y desarrollo. Naranjo (2012) menciona que la medición se da a través del esfuerzo para innovar, así como la inversión de horas y personas (empleados) dispuestos a hacerlo. Haus (2019) enfatiza que uno de los elementos clave para llevar a cabo la innovación es la proporción de empleados educados en cuestión de innovación, este como un factor para llevar de manera adecuada procesos innovadores empresariales.

Finalmente, es necesario resaltar la importancia que tiene la Innovación Empresarial, la cual radica en una serie de mejoras en los procesos organizativos. Además, aporta a la productividad y competitividad de las mismas posicionándolas en el mercado, apostando a estar en vanguardia y a mantenerse ante situaciones impredecibles. Entonces una empresa desde su etapa inicial puede tener mucha simplicidad de en productos, servicios y procesos, pero a través de las innovaciones logrará la madurez empresarial para posicionarse (Gutiérrez et al., 2019).

RECOMENDACIÓN

De acuerdo a la revisión de literatura realizada, se recomienda estudiar la situación actual de las empresas en cuestiones de Innovación Empresarial y como han actuado a raíz de la emergencia sanitaria por COVID-19, así como proponer mediciones de rapidez en la adopción de tecnologías.

Innovación empresarial: Una revisión de literatura
García Alvarado y Quiñonez Baca

Bibliografía

- Alvarado, A. N., Yañez, R. C., & Moreno, C. D. G. (2018). Conceptos para entender la innovación organizacional. *Revista de la SEECI*, (45), 87-101.
- Asheim, B. T., & Gertler, M. S. (2005). The geography of innovation: regional innovation systems. In *The Oxford handbook of innovation*. Disponible en: *Geography of Innovation: Regional Innovation Systems - Oxford Handbooks*.
- Barbosa De Sousa, B. M., and Dominique-Ferreira, S. (2012). La innovación de los procesos: diferenciación en los servicios turísticos. *Estudios y Perspectivas En Turismo*, 21(4), 963-976., 963–976. Disponible en: *La innovación de los procesos: Diferenciación en los servicios turísticos (scielo.org.ar)*
- Bayraktar, C. A., Hancerliogullari, G., Cetinguc, B., & Calisir, F. (2017). Competitive strategies, innovation, and firm performance: an empirical study in a developing economy environment. *Technology Analysis & Strategic Management*, 29(1), 38-52.
- Candía, J. G., Coliñanco, L. G., Caro, C. L., & Hernández, N. R. (2014). Estrategia y cultura de innovación, gestión de los recursos y generación de ideas: prácticas para gestionar la innovación en empresas. *Pensamiento & gestión*, (36).
- Castillo, V. M. A., Morejón, B. A. V., Illescas, M. G., & Fuentes, L. P. C. (2020). Tipos de Innovación como Estrategias de Adaptación al Dinamismo de los Mercados. *INNOVA Research Journal*, 5(3), 1-21.
- Chiriboga-Mendoza, F. R., Zambrano-Pilay, E. C., & Aguaiza-Tenelema, J. M. (2019). Innovación empresarial y tecnologías de la información y comunicación universitaria: Artículo de investigación. *Revista Científica Arbitrada de Investigación en Comunicación, Marketing y Empresa* . ISSN 2737-6354., 2(3), 2-8.
- Damanpour, F. (1991). Organizational innovation: A meta-analysis of effects of determinants and moderators. *Academy of Management Journal*, 34(3), 555-590., 29(3), 247–256. <https://doi.org/10.1159/000192893>
- Drucker, P. (2014). *La gerencia de empresas* (Sudamericana (ed.)). Disponible en: *La gerencia de empresas - Peter F. Drucker - Google Libros*.
- Edquist, C. (2006). Systems of Innovation: Perspectives and Challenges. *The Oxford Handbook of Innovation, January 2006*. <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780199286805.003.0007>
- Etzkowitz, H., and Leydesdorff, L. (2000). The dynamics of innovation: from National Systems and “Mode 2” to a Triple Helix of university industry government relation. *Research Policy*, 29(2), 109–123. Disponible en: *The dynamics of innovation: from National Systems and*

Innovación empresarial: Una revisión de literatura
García Alvarado y Quiñonez Baca

- “Mode 2” to a Triple Helix of university–industry–government relations - ScienceDirect
- García-Madurga, M.-Á., Grilló-Méndez, A. J., and Morte-Nadal, T. (2021). La adaptación de las empresas a la realidad COVID: una revisión sistemática. *Retos*, 11(21), 55–70. <https://doi.org/10.17163/ret.n21.2021.04>
- Garzón, M. A., and Ibarra, A. (2013). Innovación empresarial, difusión, definiciones y tipología. Una revisión de literatura. *Revista Dimensión Empresarial*, 11(1), 45–60. Disponible en: [Innovación empresarial, difusión, definiciones y tipología: una revisión de literatura - Dialnet \(unirioja.es\)](https://www.unirioja.es/revistas/dimensionempresarial/)
- Gutiérrez, M. A. R., Padilla-Oviedo, A., & Riojas, R. M. (2019). La innovación y su importancia. *Revista Científica UISRAEL*, 6(1), 9-22.
- José Luis González Márquez y Yelena Patricia Romero Doylethy (2018): “La innovación tecnológica en las empresas y su impacto positivo dentro del Ecuador”, *Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana*, (marzo 2018).
- Gutiérrez, C., and Baumert, T. (2018). Smith, Schumpeter y el estudio de los sistemas de innovación. *Economía y Política*, 5(1), 93–111. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6543950>
- Haus-Reve, S., Fitjar, R. D., and Rodríguez-Pose, A. (2019). Does combining different types of collaboration always benefit firms? Collaboration, complementarity and product innovation in Norway. *Research Policy*, 48(6), 1476–1486. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2019.02.008>
- Hernández-Fuentes, S. N., & Sánchez-Mojica, K. Y. (2017). Innovación y competitividad: micro y pequeñas empresas del sector agroindustrial en Cúcuta. *Revista de Investigación, Desarrollo e Innovación*, 8(1), 23-33.
- Kotler, P. (1988). Endogenous C-type retroviridae and autoimmune diseases. *Nippon Rinsho. Japanese Journal of Clinical Medicine*, 46(4), 772–778.
- Luengo, M. J., and Obeso, M. (2013). El efecto de la triple hélice en los resultados de innovación. *Revista de Administración de Empresas*, 53(4), 388–399. <https://doi.org/10.1590/s0034-75902013000400006>
- Lundvall, B.-Å. (1992). Innovation as an interactive process: from user-producer interaction to the national system of innovation. In *The Learning Economy and the Economics of Hope*. Disponible en: [The Learning Economy and the Economics of Hope \(oopen.org\)](https://www.oopen.org/)
- Naranjo-Valencia, J. C., Jiménez, D. J., & Sanz-Valle, R. (2012). ¿Es la cultura organizativa un determinante de la innovación en la empresa? *Cuadernos de Economía y Dirección de la*

Innovación empresarial: Una revisión de literatura
García Alvarado y Quiñonez Baca

Empresa, 15(2), 63-72.

- Martínez-Costa, M., & Martínez-Lorente, A. R. (2008). Does quality management foster or hinder innovation? An empirical study of Spanish companies. *Total Quality Management*, 19(3), 209-221.
- Medina Salgado, C., and Espinosa Espíndola, M. T. (1994). *La innovación en las organizaciones modernas*. 197. Disponible en: La innovación en las organizaciones modernas | Medina Salgado | Revista Gestión y estrategia (uam.mx)
- Moraleta, A. (2004). La innovación, clave para la competitividad empresarial. *Universia Business Review*, 1.
- Muñoz, G. A. D., & Espinosa, D. R. G. (2018). La innovación: baluarte fundamental para las organizaciones. *INNOVA Research Journal*, 3(10), 212-229.
- Nelson, R. R., and Winter, S. G. (1983). An Evolutionary Theory of Economic Change. *Business History Review*, 57(4), 576–578. <https://doi.org/10.2307/3114818>
- Parida, V., Sjödin, D., & Reim, W. (2019). Reviewing literature on digitalization, business model innovation, and sustainable industry: Past achievements and future promises. *Sustainability*, 11(2), 391.
- Penrose, E. (2009). *The Theory of the Growth of the Firm* (Oxford uni).
- Pisano, G. P. (2015). You need an innovation strategy. *Harvard business review*, 93(6), 44-54.
- Porter, M. E. (1985). Technology and competitive advantage. *Journal of business strategy*.
- Porter, A. L., Roper, A. T., Mason, T. W., Rossini, F. A., & Banks, J. (1991). Forecasting and management of technology. John Wiley & Sons.
- Sánchez, M., Zerón, M., and Patricia Hernández. (2019). *Tecnología e innovación empresarial*.
- Sebastián, J. (2010). La innovación, entre la ciencia, la ficción y la política. *Revista Pensamiento Iberoamericano No.5*. Disponible en: Microsoft Word - Sebastian_edit.doc (revistacts.net)
- Shumpeter, J. A. (1939). Business cycles. A Theoretical, Historical, and Statistical Analysis of the Capitalist Process.
- Schumpeter, J.A. (1963). Teoría del desenvolvimiento económico. Una investigación sobre ganancia, capital, crédito, interés y ciclo económico (3 ed.). México: Fondo de Cultura Económica.
- Salgado, C. M., & Espíndola, M. T. E. (1994). La innovación en las organizaciones modernas. *Revista Gestión y estrategia*, (5), 54-63.
- Stata, R. (1989). Organizational learning-the key to management innovation. *MIT Sloan Management Review*. Disponible en: Organizational Learning-The Key To Management Innovation - ProQuest

Innovación empresarial: Una revisión de literatura
García Alvarado y Quiñonez Baca

Sorescu, A. (2017). Data-driven business model innovation. *Journal of Product Innovation Management*, 34(5), 691-696.

Varela Villegas, R. (2001). *Innovación empresarial: arte y ciencia en la creación de empresas* (Pearson ed). Disponible en: *Innovación empresarial: arte y ciencia en la creación de empresas - Rodrigo Varela Villegas, Rodrigo Varela - Google Libros.*

Excelencia Administrativa Online

Revista de la Facultad de Contaduría y Administración
de la Universidad Autónoma de Chihuahua



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE
CHIHUAHUA



FACULTAD DE
CONTADURÍA Y
ADMINISTRACIÓN