ESTUDIOS DE LA GESTIÓN
Revista Internacional de Administración

La influencia de la innovación empresarial sobre factores clave de éxito en las organizaciones

The Influence of Business Innovation on Key Success Factors in Organizations

A influência da inovação empresarial nos principais fatores de sucesso das organizações

Derlis Duarte Sánchez
Universidad Nacional de Canindeyú. Saltos del Guairá, Paraguay
duartesanchezderlisdaniel@gmail.com
https://orcid.org/0000-0002-6717-2873

Rafaela Guerrero Barreto
Universidad Nacional de Canindeyú. Saltos del Guairá, Paraguay
guerrerafaela.48@gmail.com
https://orcid.org/0000-0001-5062-7096

Chap Kau Kwan Chung
Universidad del Pacífico. Asunción, Paraguay
wendy505@hotmail.com
https://orcid.org/0000-0002-5478-3659

https://doi.org/10.32719/25506641.2025.18.6

Recibido: 18 de diciembre de 2023 • Revisado: 29 de abril de 2024
Aceptado: 29 de agosto de 2024 • Publicado: 1 de julio de 2025

Artículo de investigación

Licencia Creative Commons
CC BY NC SA

Resumen

La innovación se define como el proceso de introducir ideas novedosas, métodos, productos o servicios que generan cambios significativos, mejoras o crean valor en diferentes ámbitos, desde la educación y las empresas, hasta la cultura organizacional y la responsabilidad social corporativa. En la investigación se tuvo como objetivo analizar la importancia de la innovación empresarial. Para lo cual, se utilizó una metodología de enfoque cuantitativo, descriptivo de análisis bibliométrico en la que se utilizaron técnicas de cienciometría, se analizaron 181 artículos de la base de datos de ScienceDirect a través del *software* Vosviewer. Los principales hallazgos demuestran que existe relación entre innovación, educación de las ciencias empresariales, emprendimientos, pymes, competitividad, cultura organizacional y responsabilidad social empresarial, subrayando la importancia de abordar estos aspectos de manera integral para el desarrollo sostenible y éxito en diversos contextos.

Palabras clave: competitividad, emprendimientos, educación, innovación, pymes.

JEL: M14 Cultura corporativa; Responsabilidad social corporativa; O31 Innovación e invención: procesos e incentivos.

Abstract

Innovation is defined as the process of introducing novel ideas, methods, products or services that generate significant changes, improvements or create value in different areas, from education and business to organizational culture and corporate social responsibility. The objective of the research was to analyze the importance of business innovation. For this, a quantitative, descriptive approach methodology of bibliographic analysis was used in which scientometric techniques were used, 181 articles from the ScienceDirect database were analyzed through the VosViewer software. The main findings demonstrate that there is an interconnection between innovation, business sciences education, entrepreneurship, SMEs, competitiveness, organizational culture and corporate social responsibility, underlining the importance of addressing these aspects in a comprehensive manner for sustainable and successful development in various contexts.

Keywords: competitiveness, entrepreneurship, education, innovation, SMEs.

JEL: M14 Corporate culture; Corporate social responsibility; O31 Innovation and invention: Processes and incentives.

Resumo

A inovação é definida como o processo de introdução de novas ideias, métodos, produtos ou serviços que geram mudanças significativas, melhorias ou criam valor em diferentes áreas, desde a educação e os negócios até a cultura organizacional e a responsabilidade social corporativa. O objetivo da pesquisa foi analisar a importância da inovação empresarial. Para isso, foi utilizada uma metodologia de análise quantitativa, descritiva e bibliométrica, usando técnicas cienciométricas, 181 artigos da base de dados ScienceDirect

foram analisados usando o software Vosviewer. Os principais resultados mostram que existe uma relação entre inovação, educação em ciências empresariais, empreendedorismo, PMEs, competitividade, cultura organizacional e responsabilidade social corporativa, ressaltando a importância de abordar esses aspectos de forma abrangente para o desenvolvimento sustentável e bem-sucedido em vários contextos.

Palavras-chave: competitividade, empreendedorismo, educação, inovação, PMEs.

JEL: M14 Cultura corporativa; Responsabilidade social corporativa; O31 Inovação e invenção: processos e incentivos.

Introducción

La palabra innovación ha adquirido un papel destacado en los discursos de líderes empresariales y académicos, así como en la identidad de marcas, productos y servicios. Históricamente, se ha vinculado principalmente con inventos, patentes y lo que comúnmente se conoce como tecnología avanzada (Suárez Mella 2018).

De acuerdo con Echevarría (2008), la innovación engloba la integración en la operativa interna de la empresa, en la estructuración del entorno laboral o en las relaciones externas de un producto (bien o servicio), proceso, estrategia de *marketing* novedosa o método organizativo, ya sea al presentarlo por primera vez o al perfeccionar uno existente. Esta incorporación abarca diversos aspectos, como la introducción de nuevos productos, su comercialización, el desarrollo de métodos, procesos y la innovación en la organización dentro del ámbito empresarial.

La innovación puede asociarse a la capacidad de poner en común e intercambiar conocimientos generados por el capital humano (Pizarro Moreno, Real y Rosa 2011). De este modo, la capacidad de innovar puede permitir a distintas empresas lograr una ventaja competitiva que perdure en el tiempo y se convierta en un elemento fundamental para el crecimiento económico (García Pérez de Lema, Gálvez Albarracín y Maldonado Guzmán 2016).

Por tanto, la innovación empresarial es una tendencia competitiva importante dada la creciente demanda del mercado en materia de oportunidades en los servicios y productos de valor agregado (Pérez 2019).

Según Naranjo Valencia, Jiménez Jiménez, y Sanz Valle (2012), históricamente, la innovación ha estado vinculada predominantemente a contextos industriales y tecnológicos específicos. No obstante, también puede derivar del descubrimiento de nuevas industrias o de la capacidad de una empresa para preservar la mayor participación de mercado posible. Estos valores agregados abarcan desde considerables inversiones e investigación fundamental hasta ajustes mínimos en el diseño o presentación de productos existentes, así como en su respaldo en términos de fabricación y *marketing*.

En consecuencia, el éxito o fracaso de una empresa puede depender de su capacidad para innovar. En un entorno globalizado, la innovación se presenta como una labor cotidiana, un proceso constante y dinámico que no sigue patrones estacionales.

Por lo tanto, la innovación es fundamental para el éxito a largo plazo de las empresas, porque es requisito para que estas puedan mantenerse relevantes y lo que es más, diferenciarse de la competencia y satisfacer las necesidades cambiantes de los clientes.

Por todo lo anterior, se plantea el objetivo general de analizar la influencia de la innovación empresarial sobre factores clave de éxito en las organizaciones.

Métodos

Se utilizó un enfoque cuantitativo, diseño no experimental con corte transversal, descriptivo mediante un análisis bibliométrico sobre la innovación empresarial, partiendo de la base de datos de ScienceDirect. Se encontró 181 artículos en la base de datos. El criterio de inclusión fue: publicaciones con el idioma español y acceso abierto entre 2015 a 2022. Se utilizó como palabra clave "innovación empresarial". Los 181 artículos fueron exportados al gestor bibliográfico *Zotero* y se utilizó el *Voswieber* para el análisis de las palabras interconectadas. Además, como marco metodológico, se siguieron las pautas propuestas de Michán y Muñoz Velasco (2013). Para el análisis de datos bibliográficos, los cuales sugieren las siguientes etapas en el enfoque cienciométrico: 1. recuperación: involucra la selección de fuentes de infor-

mación, enfocándose en la recopilación digital de literatura (base de datos); 2. migración: comprende la extracción de metadatos de los registros seleccionados; 3. análisis: implica el procesamiento cuantitativo de la literatura reunida; 4. visualización: se refiere a la presentación de los resultados de los análisis de manera concisa, atractiva, estéticamente agradable, completa y accesible y; 5. interpretación: mediante la contextualización e interpretación de los resultados, es factible identificar tendencias de investigación, interacciones sociales e incluso ofrecer explicaciones históricas.

Desarrollo

A continuación, se presentan los principales resultados de la investigación. Se observa un total de 181 publicaciones entre 2015, 2016 y 2017, las publicaciones alcanzaron a 60, 63 y 50 publicaciones respectivamente. No obstante, hubo un decrecimiento a partir de ese año en las producciones científicas sobre innovación en la base de datos de ScienceDirect.

En la tabla 1 se visualiza que los 181 artículos científicos revisados fueron publicados en 38 revistas de los cuales los más destacados son los que ocupan los primeros seis lugares. Asimismo, Estudios Gerenciales (35), Contaduría y Administración (24) y Problemas de desarrollo (16) corresponden los tres primeros puestos.

En cuanto a la figura 1 se visualiza a los principales autores como Solís L., Parra, F., Vallejo, M., Rangel, L., Cruz, A., entre otros, que han investigado el tema de innovación empresarial.

Con respecto a la figura 2, se muestra la red interconectada de palabras clave sobre la innovación empresarial. Se muestra que la palabra "innovación" queda centrada, entendiéndose la más citada, seguido de "educación superior", "competitividad", "pymes", "corporate social resposability", entre otros.

A continuación, se desarrolla las principales discusiones con base en las categorías de análisis de la red de coocurrencia arrojado por la herramienta Vosviewer.

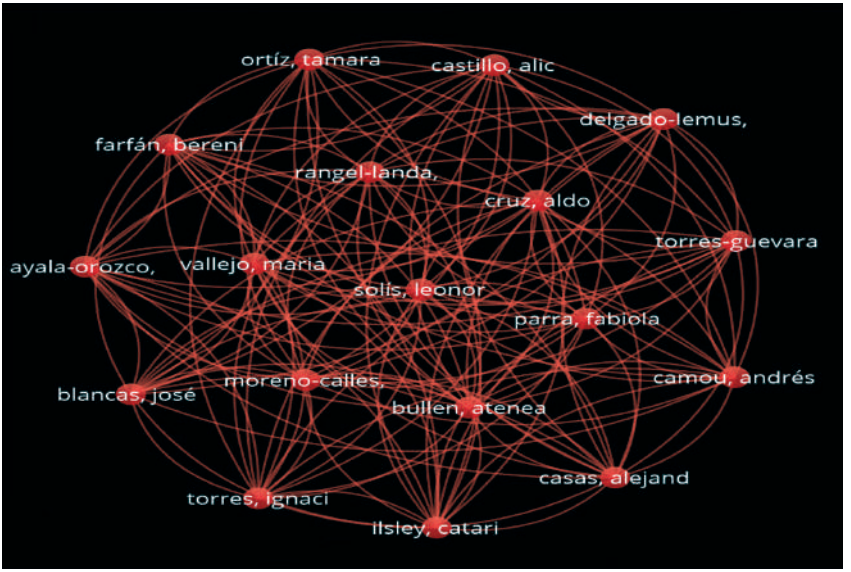
Tabla 1
Las diez principales fuentes por número de publicaciones sobre innovación en la base ScienceDirect (2015-2022)

N.º	Principales revistas	Número de artículos
1	Estudios Gerenciales	35
2	Contaduría y Administración	24
3	Problemas del Desarrollo	16
4	Suma de Negocios	14
5	Revista de la Educación Superior	11
6	Revista de Contabilidad	10
7	Economía Informa	9
8	Revista Latinoamericana de Derecho Social	7
9	Revista Iberoamericana de Educación Superior	5
10	European Research on Management and Business Economics	5
11	Economía UNAM	5
12	Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa	3
13	Investigación Económica	3
14	Estudios Políticos	3
15	Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales	2
16	Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa	2
17	Journal of Innovation & Knowledge	2
18	Perfiles Educativos	2
19	Estudios de Historia Moderna y Contemporánea de México	2
20	Boletín Mexicano de Derecho Comparado	2
21	Gaceta Sanitaria	2
17	Otros	17
38	**Total**	**181**

Fuente: elaboración propia.

Figura 1

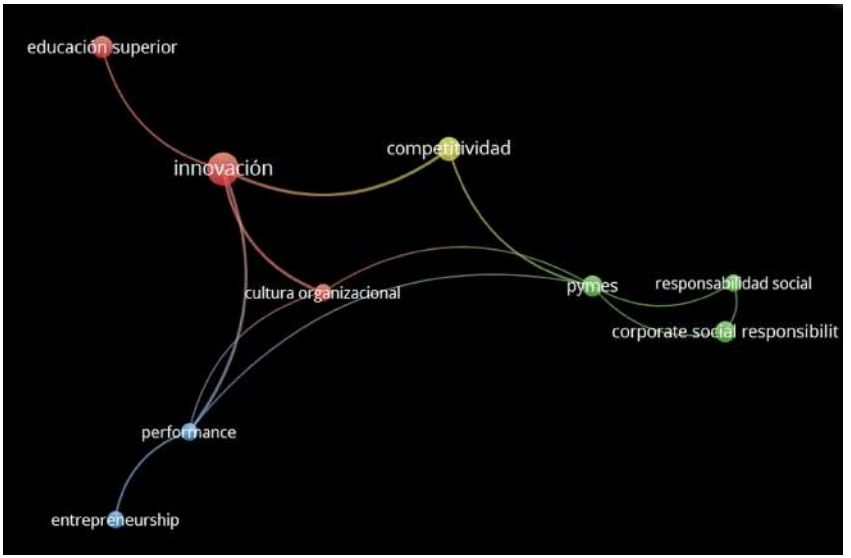
Los autores principales interconectados en las publicaciones



Fuente: elaboración propia a partir del trabajo con Vosviewer (2023).

Figura 2

Red de coocurrencia de palabras clave de los autores sobre innovación en ciencias empresariales (2015-2022)



Fuente: elaboración propia a partir del trabajo con Vosviewer (2023).

Innovaciones en educación superior relacionado con las ciencias empresariales

Una de las principales categorías de análisis es la innovación en educación superior. Se puede innovar en clase, en gestión universitaria, en desarrollo de investigación y extensión; es hacer nuevas cosas para la mejora de los procesos. Se presentan algunos hallazgos de los autores que tienen relación con la innovación.

Según Calabor, Mora y Moya (2018), el actual sistema de educación superior se fundamenta en el aprendizaje activo de los estudiantes, enfocándose en el desarrollo de habilidades generales y específicas. En este contexto, varios autores abogan por la utilización de simulaciones para facilitar dicho proceso de aprendizaje, incluyendo los denominados "juegos serios" (SG, por sus siglas en inglés) como respuesta a este desafío. A pesar del impulso generado por el avance de nuevas tecnologías y la incorporación de los llamados "nativos digitales" en las aulas, la implementación de estos enfoques no ha alcanzado una escala significativa, y la investigación sobre la efectividad de su uso sigue siendo limitada. Este estudio tiene como objetivo describir la experiencia docente en la introducción de juegos serios en la asignatura de contabilidad de gestión en una universidad, evaluando la adquisición de competencias generales y específicas. Dichas competencias fueron previamente establecidas como objetivos de la asignatura y se analizarán a través de la percepción de los estudiantes sobre el tema, utilizando dos cuestionarios antes y después del período de trabajo.

Los hallazgos demuestran que no existen barreras técnicas ni demográficas para su uso. Además, los estudiantes creen que la GS contribuye significativamente a la adquisición de habilidades. También se observó directamente que se fomentaba el trabajo en equipo.

Por otra parte, en la investigación de Balza Franco (2016), "Desarrollo y diseño de modelos curriculares de seguimiento de tecnología de ingeniería", los hallazgos indican que las instituciones académicas deben adoptar mecanismos de desarrollo curricular flexibles, dinámicos y con visión de futuro para mantenerse al día con las tendencias de desarrollo de la tecnología

moderna, guiar las actualizaciones curriculares y crear continuamente especialidades relevantes. De lo anterior, se necesitan innovaciones, principalmente, en adopción de tecnologías como buenos sistemas para la detección y seguimiento de alumnos con rendimiento crítico, desarrollos programáticos y actualizaciones de programas con base en la realidad de cada profesión.

En el ámbito empresarial, según Texis Flores et al. (2016), en un estudio sobre "Microempresas de base social y sus posibilidades de supervivencia", los resultados muestran que los microempresarios tienen más probabilidades de continuar operando si tienen educación primaria, están casados, y cuando la microempresa genera el 50% o más del ingreso del hogar. Se destaca el impacto del nivel de educación del microempresario en las posibilidades de supervivencia empresarial: los microempresarios con mayor nivel de educación tienen menos posibilidades de continuar con su negocio. Las microempresas sociales también están asociadas necesariamente al capital de riesgo. Los resultados resaltan así la importancia de fortalecer a las microempresas desfavorecidas.

En un estudio similar, Morales Ramírez (2016), en una investigación titulada "Estrategias para atender el empleo juvenil en la economía informal", demuestra que las estrategias para reducir o eliminar el empleo económico informal en este grupo incluyen: esquemas de incentivos a la formalización; pisos básicos de protección social; educación, capacitación y habilidades; y emprendimiento. El tema principal es la educación, porque con una buena educación tributaria se pueden formalizar las empresas y, como se mencionó anteriormente, la base del desarrollo es la inversión en capital humano, lo cual es un desafío para las universidades.

En el estudio llevado a cabo por Monforte García, Hartmann, y Farías Martínez (2017) se examina la manera en que las escuelas de negocios en las universidades de México abordan el concepto de sustentabilidad como parte integral de su labor educativa. Para obtener una perspectiva completa, se evalúan tres dimensiones de sostenibilidad: ambiental, social y económica. La información derivada de los resultados de esta investigación posibilitará que las instituciones de educación superior concentren sus esfuerzos en la capacitación docente y proporcionen a los estudiantes una formación completa que abarque los tres aspectos del desarrollo sostenible.

Además, menciona García Galván (2017) que en México, los sistemas económicos, como las patentes, la creación de tecnología y la comercialización del conocimiento universitario, desempeñan un papel crucial. Esto implica que el conocimiento puede convertirse rápidamente en nuevos productos y procesos de alta tecnología. Estas ideas son aplicables a cada institución universitaria, permitiendo la generación de recursos propios que resultarán útiles para alcanzar los objetivos individuales de cada universidad.

De todo lo anterior, innovar en educación no solo implica adoptar nuevas tecnologías o metodologías de enseñanza, sino también adaptar los programas educativos a las necesidades cambiantes del mercado laboral y promover la formación integral de los estudiantes. Es a través de la innovación que se puede cerrar la brecha entre educación y trabajo, preparando a las nuevas generaciones para enfrentar los desafíos del siglo XXI con éxito.

Innovación en pymes

En la investigación realizada por López Torres et al. (2016), el propósito fue examinar la relación entre la colaboración y las actividades de innovación en pequeñas y medianas empresas ubicadas en el estado de Aguascalientes. Los resultados del estudio indican que la cooperación tiene un impacto positivo y significativo en la actividad innovadora de las pyme.

En otro estudio, conducido por Tarapuez, Guzmán y Parra Hernández (2016), el objetivo fue investigar la asociación entre ciertas variables de estrategia e innovación en las micro, pequeñas y medianas empresas colombianas durante el período 2010-2013. Las conclusiones principales revelan una correlación significativa entre las empresas que implementan un proceso integral de dirección estratégica (formulación, implementación y seguimiento) y los resultados de la innovación, medidos a través de la obtención de licencias de patentes y la generación de beneficios.

Además, Somohano Rodríguez, López Fernández y Martínez García (2018) realizaron una investigación con el propósito de ahondar en el impacto de la competencia en la innovación y los resultados. Aplicaron este análisis en un sector conocido por la intensidad tecnológica en las cadenas

de producción: los fabricantes de componentes del sector de la automoción español. Utilizaron datos del período durante la recesión económica de 2008 para mitigar el efecto del desfase en el rendimiento de la innovación. La muestra comprendió un total de 920 empresas, con un 81 % de pymes y un 19 % de grandes empresas. Es relevante señalar que la recesión de 2008 puso de manifiesto que las empresas que innovan menos obtienen resultados más desfavorables y, de manera más destacada, que existe un umbral de innovación más allá del cual la productividad marginal disminuye. En un escenario análogo, García Pérez de Lema, Gálvez Albarracín y Maldonado Guzmán (2016) examinaron el impacto de la actividad innovadora en el crecimiento y el rendimiento de las micro, pequeñas y medianas empresas, analizando a un total de 386 compañías. Los resultados indican que las innovaciones en productos, procesos y gestión generan un efecto positivo en el aumento del empleo, las ventas y los ingresos. Estos descubrimientos poseen una relevancia particular para los países de la Alianza del Pacífico (AP), ofreciendo una guía para que empresarios, gobiernos y académicos implementen acciones que fomenten la innovación y la competitividad empresarial.

Finalmente, en una investigación llevada a cabo por Alarcón Osuna y Díaz Pérez (2016) con el objetivo de evaluar la contribución de las empresas de base tecnológica (EBT) a la economía mexicana, se obtuvieron resultados similares. Las innovaciones en productos, procesos y gestión mostraron un impacto positivo en el crecimiento del empleo, las ventas y los ingresos. Estos resultados son de importancia para los países de la AP y pueden orientar acciones que impulsen la innovación y la competitividad empresarial, involucrando a empresarios, gobiernos y la comunidad académica. En este contexto, para las pymes, la innovación no solo impulsa el crecimiento, sino que también aumenta la resiliencia frente a la competencia y las perturbaciones del mercado. Aquellas que fomentan una cultura de innovación, donde se valora la creatividad y se alienta a los empleados a proponer nuevas ideas, están mejor posicionadas para prosperar en un entorno empresarial en constante evolución.

Por todo lo anterior, la innovación en las pymes no solo impulsa el crecimiento y la rentabilidad, sino que también aumenta la resiliencia frente a la competencia y las perturbaciones del mercado. Fomentar una cultura de innovación dentro de estas organizaciones, donde se valore la creatividad y

se aliente a los empleados a proponer nuevas ideas, se vuelve fundamental para asegurar el éxito continuo y la sostenibilidad a largo plazo.

Innovación y emprendimientos

Los investigadores Ruiz Arroyo, Sanz Espinosa y Fuentes Fuentes (2015) llevaron a cabo una investigación con el objetivo de resaltar el reconocimiento de oportunidades de negocio. Se analizó el impacto moderador del tamaño y la fortaleza de las redes de contactos de los emprendedores en la relación entre el conocimiento previo y la comprensión empresarial del reconocimiento de oportunidades. Los resultados obtenidos mediante un análisis de regresión lineal, aplicado a una muestra de 199 emprendedores en Andalucía, indican una influencia negativa del conocimiento previo en la identificación de oportunidades. Además, se evidencia un efecto moderador positivo en la interacción entre la fortaleza de la red y el nivel de conciencia emprendedora. Este estudio aporta a la literatura sobre emprendimiento al presentar un modelo integral que examina el papel del capital social, la alerta empresarial y el conocimiento previo en la etapa de reconocimiento de oportunidades, empleando una perspectiva de contingencia basada en el posible papel moderador de ciertas características específicas de la empresa.

De lo anterior, es muy importante el uso de redes sociales para emprendedores; hacer promociones en los estados es una buena idea para iniciar con una actividad: los contactos ven y hacen los pedidos, de esa manera se concretan las ventas. Es por ello que, afirma Aguirre (2015), la inteligencia estratégica de la organización se construye a partir de la integración estratégica para garantizar una gestión estructurada de la innovación, una mayor productividad y competitividad.

En una investigación realizada por Elche Hortelano, Martínez-Pérez y García Villaverde (2015), se exploró la función de las estrategias de conocimiento en el desarrollo, con el propósito de explicar la relación entre el capital social, específicamente en su dimensión vinculante, y la innovación incremental en áreas de clúster. Se empleó un modelo estructural en una muestra compuesta por 215 empresas del sector de turismo cultural, locali-

zadas en ciudades españolas designadas como Patrimonio de la Humanidad. Los resultados obtenidos señalan que el capital social tiene un impacto indirecto y significativo en la innovación incremental a través del desarrollo de estrategias de explotación del conocimiento. Estos hallazgos indican que las empresas situadas en clústeres de turismo cultural, al utilizar efectivamente sus redes y conexiones estrechas para implementar estrategias de explotación del conocimiento, tienen mayores posibilidades de experimentar un mayor grado de innovación.

López Maciel et al. (2017), en una investigación sobre el *crowdsourcing*, afirman que esta palabra proviene de una combinación de dos palabras inglesas: crowd (multitud) y outsourcing (abastecimiento externo). Son centrales en el proceso de difusión y adopción de innovaciones y pueden distinguirse como un proceso fundamental que indica la difusión de dicha innovación a lo largo del tiempo a través de ciertos canales entre los participantes (adoptadores) del sistema social.

Por todo lo anterior, la innovación y los emprendimientos están intrínsecamente conectados y forman un binomio vital para el crecimiento económico y la transformación de la sociedad. La innovación impulsa la creación de nuevas ideas, tecnologías y enfoques, mientras que el emprendimiento convierte esas innovaciones en acciones concretas. Juntos, fomentan la aparición de nuevos negocios y soluciones que abordan desafíos y necesidades emergentes. Esta relación es crucial para la vitalidad económica, ya que los emprendedores, al adoptar e impulsar la innovación, no solo crean oportunidades comerciales, sino que también contribuyen a la mejora continua y al progreso social. En última instancia, la combinación de innovación y emprendimiento es un motor esencial para la resiliencia económica y la creación de un futuro más dinámico y sostenible.

Innovación y competitividad

En un estudio realizado por Ahumada Tello y Perusquia Velasco (2016), sobre "Inteligencia de negocios: estrategia para el desarrollo de competitividad en empresas de base tecnológica", los resultados principales indican que:

a) el conocimiento representa el activo de mayor valor en las empresas; b) el entorno empresarial desempeña un papel fundamental en la competitividad; c) la inteligencia de negocios incluye la innovación, los sistemas de información y los procesos de toma de decisiones como componentes esenciales requeridos por las empresas, y d) el desarrollo de la competitividad se logra a través de la gestión del conocimiento mediante la implementación de la inteligencia de negocios.

En este entorno, Mora Riapira, Vera Colina y Melgarejo Molina (2015) llevaron a cabo un análisis estadístico mediante pruebas de correlación directa y parcial utilizando el *software* SPSS. Los resultados obtenidos indicaron que la planificación estratégica tiene una influencia significativa en el rendimiento de diversos aspectos de la gestión organizacional de las pymes y en su nivel de competitividad.

Por otra parte, Gutiérrez et al. (2017), en un estudio sobre determinación de las estrategias competitivas más utilizadas por las pequeñas empresas de confección del municipio de Neiva (Departamento de Huila, Colombia), utilizaron una herramienta para 74 empresas (con un nivel de confianza del 95 % y un margen de error del 5 %) y descubrieron que los emprendedores se centraban más en lograr estrategias competitivas a nivel micro y se veían afectados negativamente por las estrategias competitivas macro. Además, se ha demostrado que las microestrategias exitosas tienen efectos positivos en otras microdecisiones, y existe ciclo positivo entre las alternativas de nivel micro.

Por consiguiente, siguiendo las afirmaciones de Fuentes (2016), la competitividad empresarial ha sido objeto de examen y discusión en la literatura económica, que ha identificado diversos impulsores del avance empresarial. El investigador abordó esta temática desde las perspectivas de la economía industrial, la nueva economía industrial y la teoría de recursos y capacidades. Elaboró un modelo econométrico de panel para 2671 microempresas mexicanas en cuatro períodos, describiendo pormenorizadamente la relación entre la mayor competitividad de estas microempresas y factores tanto externos como internos, como la estructura del sector y los activos tangibles e intangibles de la unidad económica. Los resultados principales indican que la sinergia efectiva en el progreso de las pequeñas industrias manufactureras se logra principalmente a través de oportunidades intangibles.

Así pues, en el contexto actual, la competitividad es esencial para la supervivencia de las micro, pequeñas y medianas empresas (mi pyme), ya que sirve como indicador de la capacidad para anticipar y responder a los desafíos del entorno. Para mejorar su competitividad, las pymes necesitan ajustar sus estrategias, estructuras organizativas y estilos de gestión a la dinámica actual de la economía. No obstante, muchas empresas muestran una actitud conservadora y prefieren verificar la eficacia de ciertas estrategias antes de llevar a cabo cambios estructurales. En general, las pymes tienen una estructura jerárquica laxa que les permite responder rápida y eficientemente a los cambios. Por tanto, la flexibilidad organizacional está estrechamente relacionada con la innovación y el éxito competitivo (Ballina 2015).

Por todo lo anterior, la innovación permite a las empresas crear productos o servicios únicos que generan valor para los clientes. La capacidad de ofrecer algo diferente y mejor a menudo se traduce en una ventaja competitiva. Por tanto, la innovación y la competitividad están relacionadas. Las empresas que priorizan la innovación están mejor equipadas para enfrentar los desafíos cambiantes del mercado y construir ventajas competitivas sostenibles a largo plazo.

Innovación en la cultura organizacional

Los autores Naranjo Valencia y Calderón Hernández (2015), en un estudio de caso del modelo de transformación de la cultura de innovación implementado por una empresa, se detecta que, a la hora de identificar las características de una cultura de innovación, se deben tener en cuenta al menos tres elementos que la empresa necesita desarrollar de acuerdo con sus desafíos estratégicos: capacidades organizacionales, requisitos de gestión que resultan de estos desafíos y deseos de los gerentes. Basándonos en estos tres elementos, se pueden reconocer las características que deben ser fomentadas en las organizaciones, tales como: flexibilidad psicológica, disposición para asumir riesgos, habilidad para afrontar desafíos, enfoque orientado al mercado, capacidad de reconocimiento y solicitud, aceptación de la diversidad, espíritu emprendedor, actitud de respeto, curiosidad, participación activa y

confianza, además de una orientación hacia el desempeño, participación, ética y responsabilidad social. Se considera que los primeros cuatro elementos mencionados son prioritarios para superar la brecha cultural. Aunque se han identificado rasgos culturales que fomentan la innovación y que derivan de la realidad específica de cada empresa, muchos de estos atributos pueden aplicarse a compañías con características similares.

Además, Carro-Suárez, Sarmiento Paredes y Rosano Ortega (2017) llevaron a cabo una investigación que permitió establecer la conexión entre la cultura organizacional y las dimensiones de sostenibilidad, evidenciando que las empresas consideran la sostenibilidad corporativa como parte integral de sus valores y creencias. Sin embargo, en muchos casos, estas prácticas no se divulgan públicamente o rara vez se comunican al público. Los resultados del análisis de las conclusiones revelan que los elementos de la cultura organizacional ejercen un impacto significativo en el desarrollo sostenible de las empresas.

En consecuencia, la innovación debe ser concebida como un proceso en el cual una empresa se concentra en las oportunidades presentes en el mercado, buscando abordarlas de manera novedosa y ofreciendo a los clientes productos y servicios con ventajas diferenciadas. Esto implica romper con las metodologías de trabajo convencionales para fomentar nuevas habilidades y conocimientos en toda la organización. Por último, las prácticas de flexibilidad de la fuerza laboral que son pertinentes para la función de recursos humanos abarcan aspectos como el teletrabajo, horarios flexibles y planes de compensación variable (Madero Gómez y Barboza 2015).

Por tanto, una cultura organizacional innovadora suele ser flexible y adaptable. Las empresas que valoran la innovación están dispuestas a ajustar sus procesos y estructuras en respuesta a nuevas ideas y cambios en el entorno empresarial. Además, una cultura organizacional que respalda la innovación es esencial para el éxito a largo plazo de una empresa en un entorno empresarial cada vez más dinámico. La conexión entre ambas influye en cómo los empleados abordan los desafíos, generan ideas y contribuyen al progreso y crecimiento de la organización.

Responsabilidad social empresarial

Según Escamilla Solano, Plaza Casado y Flores Ureba (2016), la percepción de la responsabilidad social empresarial (RSE) como una parte integral de la estrategia empresarial resalta la importancia de que todos los grupos de interés la comprendan. Desde una perspectiva empresarial, los acontecimientos actuales han instado a la sociedad a abandonar la visión exclusivamente financiera de las entidades comerciales. Esto se debe a cambios en el entorno, una mayor globalización de los mercados, un impacto social más pronunciado y la necesidad de contribuir al desarrollo de las comunidades mediante prácticas y actividades que garanticen el bienestar económico, social y ambiental, así como la incorporación de buenas prácticas de gobernanza y la realización de inversiones socialmente responsables. Esto impulsa a las organizaciones empresariales a reorganizar sus sistemas de gestión (Larrán y Andrades 2015).

Desde la perspectiva del capital humano, López Salazar, Ojeda Hidalgo, y Ríos Manríquez (2017) analizan los factores que tiene un impacto significativo en el nivel de responsabilidad social corporativa (RSC). A través de un estudio de caso que incluyó a 68 colaboradores, se utilizó un modelo de RSE basado en la norma ISO 26000, evaluando variables como derechos humanos, prácticas laborales, medioambiente, prácticas operativas justas, cuestiones de consumo, participación activa y desarrollo comunitario. Los resultados del análisis de regresión indican que el grado de RSE desde la perspectiva de los empleados está vinculado a prácticas comerciales justas, inquietudes de los consumidores, participación activa y desarrollo comunitario, prácticas laborales y medioambiente. Además, se revela que existen diferencias de género en las percepciones de los empleados sobre el nivel de RSC. Se presentan implicaciones para la academia, las empresas y el gobierno.

En resumen, la innovación y la RSC están intrínsecamente vinculadas en una relación donde la innovación puede actuar como un impulsor clave para abordar desafíos sociales y ambientales, y la RSC puede orientar la innovación hacia prácticas éticas y sostenibles. La integración eficaz de ambos

elementos puede contribuir de manera significativa al éxito a largo plazo de una empresa en un entorno empresarial en constante evolución.

Conclusiones

El trabajo demuestra que la innovación se destaca como un elemento central en diversos ámbitos, desde la educación superior hasta las pymes, emprendimientos, competitividad y cultura organizacional. En el contexto educativo de las ciencias empresariales, la brecha entre las habilidades requeridas por las empresas y las enseñadas en las universidades dificulta el acceso de los graduados a empleos destacados en el mercado laboral. Esta desconexión se atribuye a la rápida evolución del mercado, la escasa vinculación universidad-empresa y el enfoque predominante en conocimientos teóricos sobre habilidades prácticas. La innovación en la educación superior debe abordar este desafío, fortaleciendo las mallas académicas para desarrollar habilidades clave en los futuros graduados. Esto aseguraría una estrecha conexión entre la formación y el mundo empresarial, permitiendo a los graduados destacar en sus campos y adaptarse a entornos laborales cambiantes.

Además, la relación entre innovación y emprendimiento se destaca como fundamental, ya que la capacidad de traducir ideas innovadoras en acciones concretas es esencial para el desarrollo económico y social. Además, la innovación en el contexto empresarial se vincula estrechamente con la competitividad, ya que permite la creación de productos y servicios únicos que generan valor para los clientes. Algunos aspectos clave a tomar en cuenta son: identificar oportunidades, crear y pensar de manera disruptiva, desarrollar productos y servicios diferentes, enfocarse en la experiencia del cliente y adoptar tecnologías.

Por tanto, la innovación en las pymes puede adoptar diversas formas, tales como: desarrollar nuevos productos o servicios, mejorar sus procesos internos, adoptar tecnologías emergentes, establecer estrategias de *marketing* innovadoras, contemplar un código de ética y responsabilidad social e implementar una cultura organizacional orientada a las personas.

La cultura organizacional, marcada por la flexibilidad y la capacidad de adaptación, se identifica como crucial para fomentar la innovación. En este sentido, la introducción de prácticas como el trabajo a distancia y horarios flexibles se asocia con entornos propicios para la generación de ideas innovadoras. Esta debe estar orientada a fomentar la creatividad, apoyar el aprendizaje continuo, facilitar la colaboración, reconocer y recompensar la innovación, permitir el fracaso y el aprendizaje y sobre todo un liderazgo ejemplar (por valores).

Por otra parte, la responsabilidad social corporativa se integra en este panorama como un componente ético de la innovación. La consideración de factores sociales y ambientales en la estrategia empresarial demuestra una comprensión más holística de la responsabilidad empresarial.

En este contexto, las empresas están obligadas para el bien común de la comunidad en la que desenvuelve sus actividades, por tanto, la empresa tiene una responsabilidad social por el hecho de formar parte de un conglomerado social y de ser un actor transformador del entorno.

Referencias

Aguirre, Joao. 2015. "Inteligencia estratégica: un sistema para gestionar la innovación". *Estudios Gerenciales* 31 (134): 100-10. https://doi.org/10.1016/j.estger.2014.07.001.

Ahumada Tello, Eduardo, y Juan Manuel Alberto Perusquia Velasco. 2016. "Inteligencia de negocios: estrategia para el desarrollo de competitividad en empresas de base tecnológica". *Contaduría y Administración* 61 (1): 127-58. https://doi.org/10.1016/j.cya.2015.09.006.

Alarcón Osuna, Moisés Alejandro, y Claudia del Carmen Díaz Pérez. 2016. "La empresa de base tecnológica y su contribución a la economía mexicana en el período 2004-2009". *Contaduría y Administración* 61 (1): 106-26. https://doi.org/10.1016/j.cya.2015.09.004.

Ballina, Francisco. 2015. "Ventajas competitivas de la flexibilidad numérica en micro, pequeñas y medianas empresas del distrito federal". *Problemas del Desarrollo* 46 (183): 165-88. https://doi.org/10.1016/j.rpd.2015.10.008.

Balza-Franco, Vladimir. 2016. "Formulación y diseño de un modelo de vigilancia tecnológica curricular en programas de ingeniería en Colombia". *Revista de la Educación Superior* 45 (179): 55-77. https://doi.org/10.1016/j.resu.2016.04.008.

Calabor, María Sol, Araceli Mora y Soledad Moya. 2018. "Adquisición de competencias a través de juegos serios en el área contable: un análisis empírico". *Revista de Contabilidad* 21 (1): 38-47. https://doi.org/10.1016/j.rcsar.2016.11.001.

Carro-Suárez, Jorge, Susana Sarmiento-Paredes y Genoveva Rosano-Ortega. 2017. "La cultura organizacional y su influencia en la sustentabilidad empresarial. La importancia de la cultura en la sustentabilidad empresarial". *Estudios Gerenciales* 33 (145): 352-65. https://doi.org/10.1016/j.estger.2017.11.006.

Echevarría, Javier. 2008. "El Manual de Oslo y la innovación social". *Arbor* 184 (732): 609-18. https://doi.org/10.3989/arbor.2008.i732.210.

Elche Hortelano, Dioni, Ángela Martínez-Pérez y Pedro M. García-Villaverde. 2015. "Bonding capital, explotación de conocimiento e innovación incremental en los clusters de turismo cultural: las ciudades Patrimonio de la humanidad en España". *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa* 21 (3): 120-8. https://doi.org/10.1016/j.iedee.2014.03.002.

Escamilla Solano, Sandra, Paola Plaza Casado y Sandra Flores Ureba. 2016. "Análisis de la divulgación de la información sobre la responsabilidad social corporativa en las empresas de transporte público urbano en España". *Revista de Contabilidad* 19 (2): 195-203. https://doi.org/10.1016/j.rcsar.2015.05.002.

Fuentes, Sebastián. 2016. "La extensión universitaria en Buenos Aires: legitimidades y transformaciones recientes, 2016". https://www.redalyc.org/pdf/145/14548520010.pdf.

García Galván, Rodolfo. 2017. "Patentamiento universitario e innovación en México, país en desarrollo: teoría y política". *Revista de la Educación Superior* 46 (184): 77-96. https://doi.org/10.1016/j.resu.2017.11.001.

García-Pérez de Lema, Domingo, Edgar Julián Gálvez-Albarracín y Gonzalo Maldonado-Guzmán. 2016. "Efecto de la innovación en el crecimiento y el desempeño de las mipymes de la Alianza del Pacífico. Un estudio empírico". *Estudios Gerenciales* 32 (141): 326-35. https://doi.org/10.1016/j.estger.2016.07.003.

Gutiérrez, Jenny Paola, Ofelia Palencia-Fajardo y Mercedes Gaitán-Angulo. 2017. "Caracterización de las pymes de confecciones en Neiva (Colombia)". *Suma de Negocios* 8 (17): 57-62. https://doi.org/10.1016/j.sumneg.2017.03.002.

Larrán, Jorge Manuel, y Francisco-Javier Andrades-Peña. 2015. "Análisis de la responsabilidad social universitaria desde diferentes enfoques teóricos". *Revista Iberoamericana de Educación Superior* 6 (15): 91-107. https://doi.org/10.1016/S2007-2872(15)30005-6.

López Maciel, Gregorio, Ana Pertusa Palacios, y Érika González Rosas. 2017. "Una revisión de la literatura sobre crowdsourcing". *Journal of Innovation & Knowledge* 2 (1): 24-30. https://doi.org/10.1016/j.jik.2016.09.001.

López Salazar, Alejandra, José Felipe Ojeda Hidalgo y Martha Ríos Manríquez. 2017. "La responsabilidad social empresarial desde la percepción del capital humano. Estudio de un caso". *Revista de Contabilidad* 20 (1): 36-46. https://doi.org/10.1016/j.rcsar.2016.01.001.

López Torres, Gabriela Citlalli, Gonzalo Maldonado Guzmán, Sandra Yesenia Pinzón Castro y Ricardo García Ramírez. 2016. "Colaboración y actividades de innovación en pymes". *Contaduría y Administración* 61 (3): 568-81. https://doi.org/10.1016/j.cya.2015.05.016.

Madero Gómez, Sergio Manuel, y Gustavo A. Barboza. 2015. "Interrelación de la cultura, flexibilidad laboral, alineación estratégica, innovación y rendimiento empresarial". *Contaduría y Administración* 60 (4): 735-56. https://doi.org/10.1016/j.cya.2014.08.001.

Michán, Layla, y Israel Muñoz-Velasco. 2013. "Cienciometría para ciencias médicas: definiciones, aplicaciones y perspectivas". *Investigación en Educación Médica* 2 (6): 100-6. https://doi.org/10.1016/S2007-5057(13)72694-2.

Monforte García, Gabriela, Andreas Michael Hartmann y Gabriela María Farías Martínez. 2017. "Declaraciones institucionales y percepciones individuales sobre la sustentabilidad en escuelas de negocios mexicanas". *Contaduría y Administración* 62 (1): 5-24. https://doi.org/10.1016/j.cya.2016.04.006.

Mora-Riapira, Edwin H., Mary A. Vera-Colina y Zuray A. Melgarejo-Molina. 2015. "Planificación estratégica y niveles de competitividad de las mipymes del sector comercio en Bogotá". *Estudios Gerenciales* 31 (134): 79-87. https://doi.org/10.1016/j.estger.2014.08.001.

Morales Ramírez, María Ascensión. 2016. "Estrategias para atender el empleo juvenil en la economía informal". *Revista Latinoamericana de Derecho Social* 23 (julio): 89-121. https://doi.org/10.1016/j.rlds.2016.04.002.

Naranjo Valencia, Julia C., Daniel Jiménez Jiménez y Raquel Sanz Valle. 2012. "¿Es la cultura organizativa un determinante de la innovación en la empresa?". *Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa* 15 (2): 63-72. https://doi.org/10.1016/j.cede.2011.07.004.

Naranjo-Valencia, Julia, y Gregorio Calderón-Hernández. 2015. "Construyendo una cultura de innovación. Una propuesta de transformación cultural". *Estudios Gerenciales* 31 (135): 223-36. https://doi.org/10.1016/j.estger.2014.12.005.

Pérez, Claudia Milena. 2019. "Innovación empresarial al servicio de la micro y pequeña empresa nortesantandereana: por la competitividad regional". *ECONÓMICAS CUC* 40 (1): 91-104. https://doi.org/10.17981/econcuc.40.1.2019.06.

Pizarro Moreno, Isabel, Juan C. Real y M. Dolores Rosa. 2011. "La incidencia del capital humano y la cultura emprendedora en la innovación". *Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa* 14 (3): 139-50. https://doi.org/10.1016/j.cede.2010.09.001.

Ruiz-Arroyo, Matilde, Ignacio Sanz-Espinosa y María del Mar Fuentes-Fuentes. 2015. "Alerta emprendedora y conocimiento previo para la identificación de oportunidades emprendedoras: el papel moderador de las redes sociales". *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa* 21 (1): 47-54. https://doi.org/10.1016/j.iedee.2014.07.002.

Somohano Rodríguez, Francisco, José Manuel López Fernández y Francisco Javier Martínez García. 2018. "El efecto de la innovación en el resultado empresarial durante la recesión económica. Una aplicación a la industria de la automoción". *Revista de Contabilidad* 21 (1): 91-105. https://doi.org/10.1016/j.rcsar.2017.11.001.

Suárez Mella, Rogelio. 2018. "Reflexiones sobre el concepto de innovación". *Revista San Gregorio*, n.º 24 (julio-septiembre): 120-31. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6839735.

Tarapuez, Edwin, Beatriz Elena Guzmán y Ramiro Parra Hernández. 2016. "Estrategia e innovación en las mipymes colombianas ganadoras del premio Innova 2010-2013". *Estudios Gerenciales* 32 (139): 170-80. https://doi.org/10.1016/j.estger.2016.01.002.

Texis Flores, Michelle, Martín Ramírez Urquidy y José Gabriel Aguilar Barceló. 2016. "Microempresas de base social y sus posibilidades de supervivencia". *Contaduría y Administración* 61 (3): 551-67. https://doi.org/10.1016/j.cya.2015.04.001.

DECLARACIÓN DE CONFLICTO DE INTERESES

Los autores declaran no tener ningún conflicto de interés financiero, académico ni personal que pueda haber influido en la realización del estudio.

DECLARACIÓN DE ÉTICA

Los autores declaran haber cumplido con los principios éticos durante el proceso de investigación.

DECLARACIÓN DE CONTRIBUCIÓN DE AUTORÍA

Daniel Duarte Sánchez participó en la conceptualización, curación de datos, análisis formal, investigación, metodología, supervisión, redacción del borrador original, redacción, revisión y edición. Kwan Chung Chap Kau participó en la investigación, metodología, visualización, redacción, revisión y edición. Rafaela Guerrero Barreto participó en la conceptualización, investigación, metodología, visualización y redacción, revisión y edición.