



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

Innovación empresarial y su impacto en las estrategias competitivas
en las empresas

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Licenciada en Administración

AUTORAS:

Borda Huaman, Adelen (ORCID: 0000-0003-2519-1678)

Mariño Sanchez, Esthefany (ORCID: 0000-0003-0686-6836)

ASESORA:

Mgt: Huamani Cajaleon, Diana Lucila (ORCID: 0000-0001-8879-3575)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de Organizaciones

Lima — Perú
2021

Dedicatoria

Esté presente estudio de investigación está dedicado a Dios, a nuestros padres, familiares y docentes, ya que ellos con su conocimiento, motivación y apoyo incondicional nos dieron el impulso para poder concluirlo, asimismo, en memoria de aquellas personas que hoy en día no se encuentran entre nosotros pero que nos cuidan desde el cielo.

Agradecimiento

A la Universidad por establecernos las herramientas necesarias para seguir creciendo como profesionales. A los docentes quienes nos han podido orientar, impulsar y poner su confianza en este proceso universitario.

Índice de contenidos

	Pág.
Dedicatoria	II
Agradecimientos	III
Índice de contenidos	IV
Índice de tablas	V
Índice de figuras	VI
Resumen	VII
Abstract	VIII
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	8
III.METODOLOGÍA	16
3.1. Tipo de investigación	16
3.2. Protocolo y registro	16
3.3. Criterios de elegibilidad	17
3.4. Fuentes de información	18
3.5. Búsqueda	19
3.6. Selección de los estudios	20
3.7. Proceso de extracción de datos	20
3.8. Lista de datos	22
3.9. Aspectos éticos	23
IV. RESULTADOS	24
V. DISCUSIÓN	29
VI. CONCLUSIONES	37
VII.RECOMENDACIONES	39
REFERENCIAS	
ANEXOS	

Índice de tablas

		Pág.
Tabla 1	<i>Objetivos planteados para la revisión sistemática</i>	7
Tabla 2	<i>Cadena de búsqueda</i>	17
Tabla 3	<i>Listado de palabras clave de búsqueda</i>	18
Tabla 4	<i>Resultados de filtrado semiautomático y comprobación manual</i>	19
Tabla 5	<i>Listado de artículos incluido en el estudio</i>	19
Tabla 6	<i>Marco de la teoría del aprendizaje</i>	22
Tabla 7	<i>Relaciones de los revistas cuartiles</i>	25
Tabla 8	<i>Relaciones de los revistas cuartiles</i>	26
Tabla 9	<i>Matriz de categorización</i>	28

Índice de figura

	Pág.
<i>Figura 1 Diagrama de flujo o declaración de PRISMA de artículo científicos</i>	21

RESUMEN

El artículo realiza diversos análisis referentes a la innovación empresarial y su impacto en las estrategias competitivas ya que es un impulsor para el desarrollo empresarial y establece dirección a la alta gerencia a generar ventajas competitivas. El presente proyecto tiene como finalidad analizar los niveles de gestión, estratégico y tecnológico que aportan a la innovación al cambio y diferenciación hacia el mercado. La investigación de estudio desarrollada en el proyecto de investigación es de revisión sistemática y de enfoque cualitativo cimentado en los criterios que diferentes autores tienen acerca de la temática formulada. Cada uno de ellos han destacado ciertas contribuciones importantes que ayudan a obtener con facilidad la realidad de las empresas y la importancia que tiene las estrategias competitivas. Este proyecto tiene como finalidad la interpretación del tema en cuestión para un análisis detallado, coherente, y cuestionable.

Palabras clave: gestión, estratégico y tecnológico.

ABSTRACT

The article carries out various analyzes regarding business innovation and its impact on competitive strategies since it is a driver for business development and establishes direction for senior management to generate competitive advantages. The purpose of this project is to analyze the management, strategic and technological levels that contribute to innovation, change and differentiation towards the market. The study research developed in the research project is a systematic review and qualitative approach based on the criteria that different authors have about the formulated theme. Each of them have highlighted certain important contributions that help to easily obtain the reality of companies and the importance of competitive strategies. This project aims to interpret the subject in question for a detailed, coherent, and questionable analysis.

Keywords: management, strategic and technological.

I. INTRODUCCIÓN

El primer capítulo de la investigación empieza con la observación; a través de la metodología del estudio de información teniendo en consideración la primera variable. Siendo la innovación empresarial, un método fundamental dentro de las organizaciones, por el cual es contextualizado en el marco de artículos científicos indizados en relación a las organizaciones. Como parte del desarrollo, se define los factores componentes de la variable a través de artículos científicos, además se realizó el planteamiento del problema de la investigación con el propósito de dar a conocer la necesidad de actualizar los estudios de las revisiones sistemática en base a la clasificación contextual sobre la innovación empresarial y su impacto en las estrategias competitivas en las empresas, así también se desarrolló las justificaciones donde se formulan los objetivos de la investigación.

Reinventarse ha sido la forma en que muchas empresas han podido dejar en el pasado, viejos paradigmas que les permitían alcanzar el éxito, pues la innovación proporciona a las empresas interactuar de forma dinámica y competitiva, y conseguir una participación importante en el mercado. La economía del conocimiento, las exigencias de consumidores cada vez más severos, la evolución de la ciencia y la tecnología, la competitividad y la rivalidad entre las empresas son solo algunos factores que exigen a las organizaciones a hacer de la innovación no una opción sino una necesidad (Muñoz & Espinosa 2018,p.213); por otra parte, la innovación es primordial en todas las empresas ya que generan un crecimiento económico, automatiza los procesos de operación, siendo un medio de evolución que aporte valor real, además tendrá como beneficio reducir costos, tiempo y mejorar la calidad de servicio (Acosta et al.,2020, p.47); también, existe evidencias que mostraron que la innovación como estrategias competitivas se han convertido en las herramientas para alcanzar las metas trazadas de las organizaciones en brindar eficiencia y calidad (Bernal & Rodríguez, 2019,p.86); además investigaciones demostraron que la innovación y las estrategias competitivas son implementaciones adecuadas para el desempeño y desarrollo de las empresas (González, et al.,2015, p.108).

A continuación, se explicará los presentes factores componentes de la variable de estudio de investigación.

En primer lugar, la innovación radical es asumida por las empresas que destaquen por su producto o servicio innovador, por su originalidad e impacto en la competencia (Sorescu,2017,p.1); sin embargo las nuevas aplicaciones tecnológicas o la originalidad de una nueva tecnología genera cambios esenciales en las actividades de una organización (Geissdoerfer, et al.,2018, p.402); es decir la innovación radical consiste en la introducción de nuevos productos, servicios o procesos, enfocados tanto en producción como en estructura organizacional, desde la implementación de una estrategia diferenciadora que le permita a la empresa competir a partir de una iniciativa novedosa. Se caracteriza por su significativo riesgo e inversión (Acosta, et al. 2020, p. 7).

Se evidenció que la innovación radical produce cambios fundamentales en las actividades de una empresa y grandes desvíos de prácticas existen en la empresa (Sorescu, 2017, p.1);por ello la innovación radical responde a los constantes cambios del entorno, por ello busca mejorar el control de calidad de productos o servicios y funcionalidades que existen estas aprovecha las oportunidades del mercado global, basándose a las necesidades actuales del cliente, con la adopción de las nuevas tecnologías como una estrategia de cambio estructural con el fin de desarrollar los procesos de forma productiva en las organizaciones (Franca, et al, 2017,p.164), actualmente ya no es suficiente introducir nuevos productos u ofrecer un servicio de calidad, pues es importante también el desarrollo de estrategias que en mediano y largo plazo, se vuelvan en una ventaja competitiva difícil de imitar o copiar por la competencia a fin de hacer de ella una fortaleza que permita alcanzar el objetivo de la organización (Muñoz & Espinoza,2018, p.214).

En segundo lugar, la innovación disruptiva es el cambio paso a paso que genera en los productos y servicios transformaciones en las innovaciones de ecosistemas de trabajo (Cruz & Sánchez ,2017, p.313), por lo tanto logra mejorar y analizar el mercado insatisfecho, esta genera un impacto de cambio pues resuelve los problemas y sustituyen el vacío de forma efectiva (Kim & Batartogtokh, 2015, p.314); asimismo, la innovación disruptiva está referida al cambio, en el cual muchas veces despierta incertidumbre y resistencia en la implementación como por ejemplo; el cambio de la cámara en el tiempo, en base a su actualización tecnológica ya que este producto tuvo que pasar por modificaciones para ser

atractiva en el mercado; permitiendo nuevas entradas en las organizaciones con la finalidad de que la empresa crezca en el mercado competitivo (Anaya, 2015, p.6).

Se evidencia que la innovación disruptiva en el mundo de los negocios ha dado un giro de 180 grados y para sobrevivir a la exigencia de los mercados, las empresas deben crear un entorno laboral direccionado a la innovación y mejora de control de calidad en los productos o servicios como factor de supervivencia (Muñoz & Espinosa, 2018, p.213); asimismo la disrupción digital aprovecha las necesidades o insatisfacciones de un grupo de personas, como oportunidad para generar la diferencia en un mercado cambiante, ganando de esta manera, nichos de mercado no abarcados y tomándose en poco tiempo el liderazgo en su entorno, donde el factor innovador y la creatividad es el modelo de negocio (Evans, et al., 2017, p.580); es decir la innovación disruptiva permite en las organizaciones la entrada de nuevos participantes en el mercado ya que generan soluciones simples, pues garantizan un rápido crecimiento en el mercado empresarial (Chon, et al., 2018, p.49).

Como tercer lugar la innovación de productos y servicios se diferencia de la competencia, ya que en algunas organizaciones resulta difícil innovar sus productos, a diferencia de otras empresas. En este aspecto las empresas locales puede que tengan cierta desventaja frente a empresas extranjeras por trabajadores que forman parte de la organización que se diferencian y destacan por tener una cultura abierta, por lo cual impactan en la diversidad de las ideas y generación de nuevos conocimientos (Bayraktar, et al., 2017, p.4); no obstante, es muy importante que la multiculturalidad de la innovación en la organización genera ideas nuevas para poder crear nuevos productos (Rua et al., 2015, p.20); en otras palabras, las empresas buscan que los servicios al cliente sean mejores, ya que esta forma tiene beneficios directos, pues al recibir las quejas y sugerencias tienen un plus adicional pues ayuda a mejorar el servicio y producto, por eso es muy importante la participación del cliente, en los procesos de innovación se relaciona con la satisfacción y deseos del cliente (Geissdoerfer, et al., 2018, p.406).

Se evidenció que la innovación de productos y servicios se desarrolla e introduce ideas nuevas que sean útiles y prácticas por parte de individuos, equipos y organizaciones; estas generan resultados visibles de la capacidad en las organizaciones, obteniendo nuevos conocimientos o mejoras sustanciales, para introducir novedades en el mercado (Pieroni, 2019, p.3); por consiguiente la

innovación según su aplicación se enfoca en mejorar o crear un nuevo producto o procesos, basándose en la preferencia del cliente, los procesos de gestión y las prácticas organizacionales en relación con empresas extranjeras externas para el soporte estratégico de la innovación (Franca, et al., 2017, p.165); por último la innovación es un proceso clave de las empresas ya que permite la creación de ventajas competitivas gracias a la introducción de productos y servicios nuevos o mejorados al mercado, ya que respalda su eficiencia productiva y organizacional gracias a la introducción o mejora de los procesos de producción y entrega (Bayraktar et al.,2018, p. 4).

Como cuarto factor, está la innovación de procesos en donde requiere la aplicación de los diferentes procesos para desarrollar mejora en los medios productivos en relación a su utilización, muchas veces retirándose por su obsolescencia , por ello el autor le llama innovación a los procesos que se manejan de forma horizontal con el fin de obtener mejores resultados (Damian & Suárez, 2015 p. 156); del mismo modo, cuando se innovan los procesos se integra diversos proyectos, e ideas llegando a obtener una empresa de progreso que se orienta a procesos de mejora continua, a su vez integra, la jerarquía, la cultura, el liderazgo y un equipo directriz (Mendoza et al., 2019, p.4); por último, los procesos mediante la innovación es el motor clave de toda organización que debe proponer soluciones ante los mercados, así también oportunidades ya que actualmente existen diversos factores como procesos que sean prácticos y deben se pueda transferir en toda la organización (Robaya et al., 2016, p.128).

Se evidenció que la innovación de procesos abarca respectivas teorías que lo describen como un impulsor explícito de estrategias, estructura y políticas que comprenden los procedimientos operativos de las organizaciones (Sorescu, 2017, p.2); es por ello, que se constituye como un vector estratégico que permite que la empresa mejore su posición competitiva, ya que su ausencia produce una grave insuficiencia para generar nuevos productos y procesos (Herrera & Hidalgo, et al, 2019, p.6); por lo tanto, es la introducción de un nuevo, o significativamente mejorado, proceso de producción o de distribución. Implica cambios significativos en las técnicas, los materiales y/o los programas informáticos y pueden tener por objeto disminuir los costos unitarios de producción o distribución, mejorar la calidad o producir o distribuir nuevos productos o sensiblemente mejorados (Urbaez, 2015, p.362).

Como quinto factor, la innovación de organizaciones en el ámbito empresarial que implican decisiones, responsabilidades y poder de decisión del mando de gerencia, ya que se generan distintas relaciones en organización como las relaciones exteriores, incorporación con proveedores, una mayor integración con otras organizaciones es así, que la empresa debe implementar nuevas estrategias para desarrollar una buena gestión que constituye nuevas innovaciones (Urbáez, 2015, p.364); sin embargo, toda organización está incorporado en un sistema que genera innovación y rediseño de su estructura organizativa se requiere de competitividad, estrategia y adaptabilidad para así llegar alcanzar el máximo beneficio, formando interacciones e interrelaciones sociales (Navarro, et al., 2018, p.95); de igual forma, la innovación organizativa se enfoca en los cambios que debe formar las empresas, por lo cual no se puede limitar el uso de la tecnología o el gasto, sino la generación de ventajas competitivas de forma continua , es por ello que la innovación administrativa contribuye significativamente a la regeneración de una estructura y al avance de la cadena de suministro(Guambi, et al., 2018, p.64).

Se evidenció que la innovación organizacional brinda oportunidades para organizar las rutinas y los procedimientos de gestión de los trabajos, para mejorar el aprendizaje y la distribución del conocimiento en la organización (Urbáez, 2015, p.363); asimismo la innovación organizacional desarrolla las capacidades, la gestión del conocimiento, produce rentabilidad empresarial y es la capacidad futura en mejorar todo problema (Giménez et al.,2019, p.5); es así, que se distingue en un nuevo método organizacional que contribuye a las empresas a que desarrollen una eficiente gestión del conocimiento, mejora en la flexibilidad y creatividad que facilitan al desarrollo de la innovación tecnológica (Le Bas, et al.,2015, p.115).

En sexto lugar, la innovación de modelo de negocio se refiere al cambio de la creación de valor, lo cual se centra en los recursos y procesos que se encuentran dentro del desarrollo y fabricación de productos y servicios de una empresa (Sorescu, et al., 2017, p.2); sin embargo, los modelos de negocio son como un paraguas colectivo de creación de valor, entrega y mecanismos de captura, lo cual una empresa debe descubrir claramente las necesidades del cliente y encuentre una manera de responderles(Horvath et al.,2019, p.64); por último, consiste en cambiar, crear, diversificar, adquirir o transformar lo interno y externo de la organización, es un facilitador de cambios estratégicos de los procesos de

innovación, o la fuente de ventaja competitiva actuando como innovación en sí misma (Pieroni et al., 2019, p.200).

Se evidenció que la innovación de modelo de negocio establece la introducción de elementos individuales de manera novedosa y sobre ello crean y capturan el valor durante el ciclo de vida del producto (Parida et al.,2019, p.2); es por ello que se establece como un conjunto de actividades específicas y sistemas de actividades realizado para satisfacer las necesidades percibidas del mercado, junto con la especificación de las cuales (Andreassen et al., 2018, p.3); asimismo, proporcionan orientación en el proceso de innovación y ayudar a las organizaciones a superar los desafíos experimentados, al diseñar e innovar modelos comerciales (Franca, et al, 2017, p.154).

Asimismo, se puede entender que la innovación es importante ya que mejora la efectividad en la gestión empresarial; por ello conlleva a poder crear un producto o servicio nuevo que permita modificarse según las necesidades de los clientes, con la finalidad de que este producto se venda de manera efectiva en el mercado, generando un impacto positivo en el cliente (Muñoz & Espinoza,2018, p.215).

La justificación del problema de investigación considera que “la investigación no es suficiente para visualizar un problema, ya que es necesario plantearlo adecuadamente”; por ello los especialistas en investigación enfatizan la necesidad de un buen planteamiento del problemas, esto logra que la mitad del problema sea solucionado (Bernal,2016,p.116); en este sentido, “el planteamiento de un problema es la fase más importante de todo el proceso de investigación” (Brione, 2015, p.116); por último, según el marco de investigación es identificar el problema, ya que se busca analizar, describir, proporcionar soluciones y dar respuestas de mejora (Kerlinger 2016 p.28); por consiguiente, se formula el problema sobre la necesidad de actualizar los estudios de las revisiones sistemática en base a la clasificación contextual sobre la innovación empresarial y su impacto en las estrategias competitivas en las empresas.

La justificación teórica de la investigación genera reflexión y debate académico sobre el conocimiento existente, ya que confronta una teoría, contrastar resultados y hace epistemología del conocimiento (Bernal,2016, p.138); por ello, las empresas tienen que ampliar su conocimiento y adaptarse a la innovación ya que esta genera nuevas estrategias de producto y servicio dado que tiene múltiples beneficios, puesto que, la innovación en las empresas son herramientas esenciales

para obtener ventajas competitivas (Gonzales y Zavaleta,2016, p.19);por otra parte la innovación es muy importante ya que ayuda a alcanzar el crecimiento sostenible de las organizaciones, por lo cual existen autores que sustentan y enriquecen esta investigación.

La justificación metodológica propone métodos o estrategias que brindan conocimientos válidos y confiables (Novoa et al., 2015, p.100); por ello que considera que la investigación ayuda a resolver una dificultad o propone estrategias que al ser aplicadas ayuden a resolver (Gonzales & Zavaleta, 2016, p.36); por consiguiente, el trabajo se justifica de forma metodológica, pues se llegó a realizar filtros en los artículos científicos indizados, para respaldar la investigación basado en la innovación empresarial y estrategias competitivas, por el cual esta información es de total credibilidad.

La justificación social es el estudio que va a resolver los problemas tanto sociales de la investigación que servirá para demostrar en un estudio lo necesario e importante que contribuirá a la sociedad (Hernández & Mendoza, 2014, p.40);por lo tanto, la investigación social se debe desarrollar de manera planificada, falible y pasiva que tendría dentro de la sociedad y quienes se favorecen con los participación brindada (Ñaupas et al.,2014, p.131); es por ello, que la investigación de estudio se realizó mediante artículos científicos, por lo cual dará a conocer los beneficios de la innovación en el ámbito empresarial a través de estrategias competitivas, generando diferencia ante la competencia y desarrollando cambios drásticos y rápidos, con el fin de que las organizaciones tengan resultados positivos.

Asimismo, para poder determinar los objetivos de estudio tiene como fin señalar el nivel de conocimiento que se desea obtener como resultado de investigación (Lerma, 2016, p.40); por ello se muestra los siguientes objetivos:

Tabla 1

Matriz de Objetivos de la Investigación

Niveles	Propuesta del objetivo de investigación
Objetivo 1	Actualizar los estudios de las revisiones sistemáticas en base a la clasificación contextual sobre la innovación empresarial y su impacto en las estrategias competitivas en las empresas.
Objetivo 1a	Analizar las categorizaciones en base al enfoque gestión orientada al estudio de la innovación empresarial que permite generar nuevas alternativas de solución y/o necesidades no cubiertas en los nuevos mercados.
Objetivo 1b	Analizar las categorizaciones en base al enfoque estratégico orientado al estudio de la innovación empresarial que permite generar nuevas alternativas de solución y/o necesidades no cubiertas en los nuevos mercados.
Objetivo 1c	Analizar las categorizaciones en base al enfoque tecnológico orientado al estudio de la innovación empresarial que permite generar nuevas alternativas de solución y/o necesidades no cubiertas en los nuevos mercados.

Nota: en el cuadro se muestran los objetivos planteados en el estudio de investigación.

II. MARCO TEÓRICO

En la siguiente sección, se presentan los antecedentes recopilados de investigaciones previas que se utilizan como base para sustentar la revisión sistemática. Por lo tanto, se exponen las bases teóricas sobre los aspectos generales del tema, que comprenden los conceptos sobre un enfoque determinado que explican el fenómeno planteado.

Acosta (2020) explicó que el objetivo fue identificar los tipos de innovación que las empresas están utilizando como estrategias de adaptación al dinamismo de los mercados. Su estudio de investigación fue cualitativo mediante la aplicación de los métodos teóricos histórico-lógico y analítico-sintético para la interpretación de la literatura relevante, ya que se utilizó como fuentes de información 20 publicaciones científicas que cubren estudios de casos de empresas exportadoras que han aplicado prácticas organizacionales, a partir de las cuales se asocia a un tipo de innovación. Por ende, concluyeron que las empresas emplearon mayoritariamente la innovación de tipo incremental, seguida de la innovación abierta y la innovación radical para responder a los cambios del entorno, mejorando el aprendizaje y aprovechando las oportunidades de los mercados globales. Por último, recomendaron a las empresas implementar la innovación abierta ya que es una estrategia para defender la competitividad de las empresas, generando ventajas en la organización.

Giménez (2019) enunciaron que el objetivo fue analizar la influencia de las capacidades internas, identificadas como estratégicas por literatura, sobre el desempeño y la innovación de las empresas, el estudio de esta investigación es cualitativa. Por consiguiente, concluyeron que las capacidades competitivas impulsaron la actividad y el rendimiento innovador, incluso en un entorno empresarial estresado por la crisis económica ayudo a forjar un crecimiento innovador. Por último, recomendaron que investigaciones futuras podrían dedicarse a identificar si las capacidades clave para la innovación y el rendimiento sigue siendo el mismo durante un período económico ascendente. Los datos longitudinales deben ser utilizados para probar las diferencias entre períodos.

Sierra (2019) el objetivo fue analizar la innovación tecnológica como factor clave en las ventajas competitivas que les permita a los consumidores obtener una buena información y comunicación. El estudio de investigación fue cualitativo a través de la revisión de la literatura por medio de artículos científicos. Se concluyó,

que hay una fuerte debilidad en la empresa, tanto en el registro del conocimiento de los empleados, la colaboración mutua entre empresas, así como una necesidad de asimilación de una cultura innovadora por parte de todos los miembros que conforman la organización. Por último, recomendó a las empresas tener un efectivo manejo de sus ingresos para considerar la innovación en las empresas, ya que fue un elemento clave para la innovación tecnológica.

Herrera & Hidalgo (2019) explicaron que el objetivo del estudio fue analizar el proceso de gestión de innovación en las organizaciones que se enmarcan en el contexto de economía digital. El diseño de su investigación fue de manera descriptivo-teórico y realizó su estudio tomando en cuenta a empresas como unidad de análisis. Por esta razón, concluyeron que el cambio que fomenta las tecnologías ha causado una transformación conveniente, la globalización del conocimiento y de los negocios han ampliado el acceso de los clientes y los usuarios a los bienes y servicios de igual forma. Así mismo, recomendaron que las organizaciones debieron aumentar su capacidad de gestión de la innovación, esto quiere decir, a mayor tamaño el índice de gestión de innovación y los subíndices relacionados con la creación tienden a desarrollarse.

Andreassen (2018) el objetivo de este artículo científico fue desarrollar una mejor comprensión de los modelos de negocio y cómo crean valor en sus tres partes interesadas, proveedores, plataformas y compradores. El estudio de investigación fue cualitativo con el análisis de artículos científicos. Se concluyó, que las organizaciones modelo T son exitosas ya que estas adoptan nuevas tecnologías y técnicas de marketing desarrolladas recientemente que les ayudan continuamente a mejorar sus propuestas de valor tanto para los proveedores como para los clientes. Se recomendó, que investigaciones futuras tomaron importancia la innovación enfocados en el modelo de negocios ya que genera ventajas competitivas, pues permiten identificar oportunidades de mejora e innovación en la forma en que llevan a cabo los negocios.

Geissdoerfer (2018) mencionaron que el objetivo de este proyecto de investigación fue mejorar la comprensión de cómo las organizaciones pasan a nuevos modelos de negocio sostenible. El estudio de investigación fue de enfoque cualitativo al efectuarse en revisiones sistemáticas de la literatura. Por consiguiente, concluyeron que la innovación hubo un concepto de modelos de negocio no sostenibles sea obsoleto y los modelos comerciales sostenibles eventualmente

reemplazarán la noción de modelos comerciales, el modelo de negocio genera ventaja competitiva sostenible. Para finalizar, recomendaron que las organizaciones innoven modelos de negocio, ya que ayudaron a las organizaciones a cerrar la brecha entre el diseño.

Muñoz & Espinosa (2018) tuvo como objetivo analizar la innovación como una herramienta estratégica que coadyuva al cambio, diferenciación y estabilidad en el mercado, el diseño de este trabajo es descriptivo cualitativo, sus resultados consisten en desarrollar una ventaja competitiva que permite que la organización ocupe un lugar predilecto. Se concluyó, que la innovación fue una necesidad en el entorno actual que envuelve a las organizaciones; por tanto, todos los esfuerzos deben ir enfocados en gestionar la innovación de manera que permita envolver a las organizaciones con los gerentes visionarios con las capacidades de innovar, dirigir y desarrollar el talento humano, generando el crecimiento sostenible de las empresas. Por último, recomendaron que la innovación debió establecerse en la organización siguiendo un proceso sistematizado tomando en cuenta los factores que dificultan su ejecución y pueden mermar de alguna manera la capacidad innovadora de la empresa.

Planas & Fernández (2018) analizar los principales resultados del proceso de formulación e implementación de las primeras estrategias de innovación, su metodología fue descriptiva con un enfoque cualitativo. Por ende, concluyeron que las estrategias de innovación atribuyen a un rol coordinador para impulsar y dinamizar nuevos procesos de innovación vinculados a la economía regional y a las decisiones de inversión. Por último, recomendaron para futuras investigaciones tomar como guía este artículo científico, para mejorar las intervenciones públicas en la reformulación de las estrategias en estas y otras investigaciones con sistemas de innovación poco desarrolladas.

Chong (2018); el objetivo de esta investigación fue determinar la caracterización de la motivación en los negocios, así como también estrategias para estimular la innovación. El estudio de investigación fue cualitativa a través de artículos científicos. Por ende, concluyeron que la motivación produce diversos enfoques que abarcan desde las teorías de la motivación humana, la motivación en el trabajo, motivación del aprendizaje hasta teorías de la motivación más específicas; por ello la motivación influyo mucho en la innovación ya que ayuda a las organizaciones a alcanzar la meta del crecimiento económico. Así mismo,

recomendaron a las empresas tomar importancia la motivación en el personal ya que influyo en la creación de nuevas ideas, invención de variedades productos, implementación de procesos productivos de calidad e modernización organizacional que impactan en el mercado, pues la innovación aumenta la capacidad productiva, mejora la calidad de productos, reduce los costos, reduce los gastos de energía por unidad de producto y mejora el medio ambiente y por finalizar satisface las necesidades de los clientes transformando a las empresas.

Evans (2017); plantearon como objetivo desarrollar una teoría unificada para comprender las innovaciones desde una perspectiva de apoyo hacia las organizaciones en sus investigaciones y experimentar nuevos modelos de negocios. El estudio de investigación fue cualitativo con un diseño de su investigación descriptiva y tomaron a una empresa como modelo de unidad de análisis. En consecuencia, concluyeron que la innovación viene dando incertidumbre de impacto a las empresas ya que debió demostrarse como modelos de impacto en lo ambiental, económico y social para los mercados actuales. Asimismo, recomendaron que la importancia para el éxito empresarial es comprender su situación actual, adaptarlo al mercado y proyectarlo a un futuro nuevo, tomando en cuenta como estrategia un modelo empresarial de innovación, con el fin de desarrollar nuevos modelos de negocios a través de la experimentación.

Sorescu (2017) mencionaron como objetivo proponer formas en las que las empresas puedan aprovechar las redes de información y el big data para innovar sus modelos de negocio actuales o para el desarrollo nuevos productos o servicios. El estudio de investigación fue cualitativo - descriptivo a través de la recolección de artículos científicos. Seguidamente, se concluyó que la Big Data ofrece muchas oportunidades para actualizar y crear modelos de negocio digitales que proporcionan accesibilidad, eficiencia y permitió que nuevas estructuras se desarrollen en los modelos de las organizaciones, en vez de estructuras tradicionales. Por último, recomendaron implementar el big data en las empresas ya que permite ofrecer un nuevo producto o servicio y se dejan algunas sugerencias para trabajos futuros.

Ali (2017) enunciaron que el objetivo fue analizar el modelo integrado para la gestión del riesgo durante la innovación de servicios empresariales basados en la nube. El estudio de su investigación fue cualitativo mediante el análisis de 31

artículos basados en proporcionar información sobre la gestión de riesgos en el contexto de la innovación de servicios empresariales en la nube. Se concluyó que la gestión en la innovación de servicios empresariales basados en la nube ayudo a que la gestión sea más efectiva y ser una empresa innovadora. Por último, recomendaron a las empresas implementar la nube como una plataforma de innovación, ya que ofrece nuevas y significativas oportunidades para interrumpir y transformar organizaciones brindándolos un acceso rico en soluciones para reducir las barreras de la tecnología de la información y la transformación empresarial.

Franca (2017) explicaron que el objetivo fue destacar las nuevas oportunidades de negocios como un diseño de modelos para el futuro éxito sostenible de las empresas. El estudio de su investigación es descriptivo, correlacional con un enfoque cualitativo. Concluyeron que la innovación del modelo fue una palanca fundamental para la sustentabilidad organizacional ya que genera ingresos y posicionamiento en el mercado competitivo. Por último, recomendaron a las empresas integrar la estrategia de innovación de modelo de negocios ya que genero sostenibilidad también alianza e integración social, de lo cual forjo un panorama más amplio y más realista para proporcionar un nuevo enfoque en nuevas asociaciones potenciales ya que es importante para el éxito empresarial generar competitividad ante el mercado.

Gatauttis (2017); tuvieron como objetivo definir las plataformas en las organizaciones para hacer frente a las oportunidades, teniendo como éxito plataformas para contribuir al desarrollo de negocio de las empresas. El diseño de su investigación fue de manera descriptiva y tomaron a empresas como unidad de análisis. Por ende, concluyeron que las plataformas fueron cada vez más innovadoras e importantes y según diferentes pronósticos las organizaciones requieren de modelos de negocio para aprovechar las oportunidades. Asimismo, recomendaron que toda organización debió contar o realizar una plataforma digital como base estratégico generando competitividad.

Ehrenhard (2017) el objetivo de esta investigación fue describir cómo las empresas emergentes crean valor comercial con aplicaciones móviles: desarrollando el ciclo de innovación empresarial habilitado para aplicaciones, su metodología es cualitativa descriptiva mediante recolección de artículos científicos. En consecuencia, concluyeron que el sistema de plataformas crea oportunidades económicas, por ello la innovación empresarial ayudo al crecimiento y evaluó el

valor del cliente. Por último, recomendaron que el análisis de este artículo para futuras investigaciones fue que realizó el uso de aplicaciones que ayudó a asociarse con los negocios competitivos, automatizando las aplicaciones y creando valor a través de la entrega de la propuesta, también creó soluciones nuevas o mejoradas resultando un valor para el cliente, generando el crecimiento del negocio.

En esta sección se realizarán las descripciones de las teorías de investigación ya que son fundamentos y análisis que estudian y comparten información de las ideas o estrategias de cada investigador (Celtekligil & Adiguzel, 2019, p.773); por lo tanto, las teorías deben contener objetivos claros, neutrales en cada descripción e interpretación de estudio con la finalidad de percibir la realidad (Aguirre, & Jaramillo, 2015, p.178).

La innovación empresarial y las estrategias competitivas datan su análisis en la década de los '70 y '80 el término de innovación ya estaba siendo establecido como modelo en las diferentes organizaciones y estudiado por distintos autores como Adam Smith en su obra *La riqueza de las naciones* (1776); otro importante autor como Carlos Marx en su obra *El Capital* (1867), etc. a fines del siglo XIX y a principios del siglo XX se formó la teoría neoclásica, esta escuela planteó que las organizaciones conservan una función de producción común y que tomaron sus decisiones en base a la tecnología (Evangelista, 2018, p.140); asimismo, la innovación consiste en cambiar, diversificar, adquirir o transformar tanto interno y externo de la organización, lo cual llega a obtener cambios estratégicos en los respectivos procesos de innovación, desarrollando en sí misma una fuente de ventaja competitiva (Pieroni, et al., 2019, p.200).

Seguidamente, la innovación hasta la actualidad cuenta aún con distintos conceptos que lo relacionan como una herramienta clave para las empresas; entre uno de ellos se puede establecer como un interés de llegar a comprender mejor sobre cómo las organizaciones aprovechan la tecnología para crear un nuevo valor e implementación de estructuras tecnológicas (Ehrenhard, et al., 2017, p.1); además, la innovación empresarial se halla en la mejora de la calidad de los productos, sin obviar el valor del aumento sobre la capacidad productiva y la diversidad de productos (Chong, et al., 2018, p.21); en definitiva, la innovación es todo proceso que se debe orientar a la solución de un problema de manera novedosa y creativa; por lo cual, la innovación no realiza un solo enfoque sino es

un indicador que se relaciona en las organizaciones con el fin de obtener el crecimiento social, económico, tecnológico.

La innovación radical como estrategias competitivas, se le puede interpretar como una estrategia de diferenciación ya que se basa en mejorar y crear productos o servicios, adaptándose al proceso e implementando cambios en la gestión, ya que aumenta las posibilidades de las empresas en obtener resultados mejores que el rival (Acosta et al., 2020, p.4); el mercado está en constante dinamismo, reflejando las fuerzas de la oferta y la demanda, se recomienda que las organizaciones desarrollen la innovación radical, pues permite ejecutar propuestas innovadoras, aprovechando las oportunidades del mercado (Castro, et al.,2018, p. 77); así mismo la innovación radical se adapta a las tecnologías como una estrategia que genera cambios estructurales con el fin de desarrollar los procesos las formas de producción o el servicio en organizaciones (Sánchez et al., 2019, p.98).

La innovación disruptiva como estrategias competitivas, se implementa en base al mejoramiento y creación de nuevo producto, mejorando el proceso de la producción para la efectividad del costo, del comercio y mercado, basándose a la referencia del cliente, proceso de la gestión y las prácticas en las organizaciones, relacionándose con empresas extranjeras como estrategia para poder innovar (Acosta et al., 2020, p 4.); por lo tanto la innovación disruptiva es el único camino, para poder lograr el liderazgo sostenible para la sociedad y el medio ambiente (Giménez, et al, 2019,p.5); por otro lado la innovación disruptiva es poderosa para verificar los avances tecnológicos en las empresas e identificar el proceso disruptivo esta sucede cuando se lanza una idea de negocio o nuevas tecnologías, mejores que los productos existentes, con el fin de atraer al consumidor (Sánchez et al., 2019, p.106).

La innovación de productos y servicios como estrategias competitivas, es definido como la capacidad de crear y desarrollar oportunidades que otorga a la organización para obtener posiciones ventajosas con los competidores: aquellos brindan la oportunidad de distinguirse en el mercado permitiendo a que las empresas se adecuen y reinventen a sí mismas para mantenerse competitivas, el beneficio de estos nuevos productos que permite a la empresa alcanzar una ventaja competitiva (Gatauttis et al,2017, p.580); así mismo , la innovación será un éxito, si causa un impacto, generando un estado financiero favorable y posicionamiento

empresarial (Acosta et al., 2018, p.2); es por ello, que los cambios innovadores se ejecutan mediante el estudio de nuevos conocimientos e incluye todas las actuaciones científicas, tecnológicas, organizativas, financieras y comerciales. (Guambi, et al., 2018, p.63)

La innovación de modelo de negocio, se identificó, como un modelo operativo implementado y como fundamento de cómo una organización crea clientes, genera valor, analizar, gestionar y comunicar el valor que propone la empresa para sus procesos (Breuer & Lüdeke ,2017, p.6); por otro lado, los modelos de negocios aportan a las nuevas tecnologías y son considerados como las soluciones para los diferentes problemas y obtener ventajas competitivas (Gatauttis, 2017,p.587); así mismo, los modelos de negocios tienen una función de manera eficiente si aplican las características de una economía circular para obtener ingresos favorables para la organización (Horvath et al., 2019, p.63).

III. METODOLOGÍA

En el presente capítulo se explica los tipos y enfoques de investigación, el protocolo y el registro, los criterios de elegibilidad, las fuentes de información, la búsqueda, la selección de estudios, los procesos de extracción de datos, la lista de datos, el riesgo de sesgo, la síntesis de resultados y por último los aspectos éticos; es por ello que los criterios o tipos mencionados conforman al método de investigación, por el cual sirvió para recolectar información y poder certificar los objetivos expuestos en el proyecto de estudio.

3.1. Tipo de investigación

Esta investigación, se realizó mediante revisión sistemática en un enfoque cualitativo de revisión sistemática, de lo cual es un tipo de síntesis de investigación que propone identificar las evidencias más relevantes, con la finalidad de evaluar los resultados de búsqueda de las nuevas investigaciones (Munn, et al., 2018, p.2); por consiguiente, esta recopilación de información permite conocer e identificar y describir los trabajos previos, elaborados por investigadores, académicos, profesionales a través de una gestión de procesos sistemáticos en la cual asegure la calidad, transparencia y consistencia del avance de la revisión (FitzGerald, & Hurst, 2017, p. 8). Cabe destacar, que se establecieron artículos científicos en base a revisiones sistemáticas para disponer estudios verídicos, confiables y que tengan indicadores de gran impacto para poder identificar evidencias sobresalientes.

3.2. Protocolo y registro

En el protocolo se determina la metodología de trabajo y los criterios de inclusión y exclusión de la investigación que se va a analizar posteriormente (Linares, et al.,2018, p.3); es por ello que accede a proteger el objetivo, al brindar descripciones explícitas y el registro de los pasos que se optaron en el trabajo de investigación previa. Un protocolo predefinido es necesario para poder reducir los posibles sesgos en el momento de ejecución (Sterne, et al.,2019, p.3); de tal manera, en la investigación se procedió a realizar una cadena de búsqueda con la base de datos seleccionadas como: Scopus, ScienceDirect, Scielo y Dialnet referente a la variable y los enfoques para la elaboración del estudio.

Tabla 2*Cadena de Búsqueda*

Base de datos		Resultados de palabras claves y otros filtros aplicados
Scopus	51317	Keywords ("Business Innovation"), (" Advantages of Innovation "), (" Innovation Strategies "), (" Innovation Technologies "), (" Digital Innovation "), (" Competitive Innovation Strategies "), ("Impact of Innovation"), ("Types of Innovation"), ("Innovation as a strategic asset"), ("Business Model Innovation").
ScienceDirect	46925	Keywords ("Business Innovation"), (" Advantages of Innovation "), (" Innovation Strategies "), (" Innovation Technologies "), (" Digital Innovation "), (" Competitive Innovation Strategies "), ("Impact of Innovation"), ("Types of Innovation"), ("Innovation as a strategic asset"), ("Business Model Innovation").
Scielo	367	Keywords ("Business Innovation"), (" Advantages of Innovation "), (" Innovation Strategies "), (" Innovation Technologies "), (" Digital Innovation "), (" Competitive Innovation Strategies "), ("Impact of Innovation"), ("Types of Innovation"), ("Innovation as a strategic asset"), ("Business Model Innovation").
Dialnet	15100	Keywords ("Business Innovation"), (" Advantages of Innovation "), (" Innovation Strategies "), (" Innovation Technologies "), (" Digital Innovation "), (" Competitive Innovation Strategies "), ("Impact of Innovation"), ("Types of Innovation"), ("Innovation as a strategic asset"), ("Business Model Innovation").

Nota. En el siguiente cuadro se hallaron las palabras claves utilizadas para la recopilación de artículos científicos.

3.3. Criterios de elegibilidad

Los criterios de elegibilidad son los criterios que permiten delimitar los estudios de elegibilidad como la inclusión, exclusión y eliminación para el estudio del proyecto de investigación (Keppler, et al., 2015, p.289); es la selección que se realiza en base a los criterios de resúmenes, títulos de la investigación disponible que se identifican en los artículos científicos más relevantes (Marinos, 2018, p.24); es por ello que para la búsqueda de los artículos se llegó a realizar una separación en base a las palabras claves. Asimismo, se llevó a cabo los criterios de elegibilidad de los artículos científicos mediante una estrategia de búsqueda; por ende, los criterios de inclusión se obtuvieron de artículos cualitativos recopilados a través de palabras claves con cinco años de antigüedad que proporciona soporte en nuestro proyecto de estudio; por último, el criterio de exclusión orientado en artículos cuantitativos.

Tabla 3*Listado de palabras claves*

	Palabras en español		Palabras en inglés	
Innovación	Estrategias Competitivas	Desarrollo de la Innovación	innovation	Digital Innovation
Innovación Empresarial	Capacidades de Innovación	Introducción de la innovación disruptiva	business Innovation	Competitive Innovation Strategies
Innovación Radical	Estrategias de la Innovación	Innovación como herramienta de Gestión Económica	types of innovation	Impact of Innovation
Innovación Disruptiva	Tipos de Estrategias		radical innovation	Types of Innovation
Innovación de Productos y Servicios	Innovación de modelo de negocios	Innovación de Marketing	process innovation	Innovation as a strategic asset
Innovación de procesos	Innovación Empresarial	Innovación Social	disruptive innovation	Business Model Innovation
Ideación.	Ventajas de la estrategia	Innovación Tecnológica	product and service innovation	innovation models
Tipos de Innovación	Estrategias Competitivas	Desempeño Organizacional	organizational innovation	innovative companies
La innovación como activo estratégico	Capacidades de Innovación	Barreras de la innovación	Advantages of Innovation	Effectiveness of business innovation
Innovación del Modelo de negocio	Estrategias de la Innovación	Innovación organizacional	Innovation Strategies	innovation proposal
Comportamiento innovador	Tipos de Estrategias	Competitividad	Innovation Technologies	Dynamics of service innovation

Nota. En el siguiente cuadro se detallaron todas las palabras claves relacionadas a la variable.

3.4. Fuentes de información

El desarrollo de la información es el origen de lo cual determina siendo el sustento de todo proyecto de investigación (Mayo, et al. , 2018, p.4); además, las fuentes de información destacan datos que deben mostrarse lo más confiable posible, lo cual contribuirá de manera definitiva y precisa en los resultados que se alcanzarán (Vrabel, 2015, p.552); por lo tanto, la información es el principio para una buena toma de decisión responsable, por lo cual toda empresa espera en contar con informaciones confiables para lograr sus objetivos (Tsvetkov & Wintner, 2015, p. 25). Asimismo, se realizó el estudio de investigación utilizando fuentes de base de datos como páginas web orientadas bajo un buscador especializado en artículos científicos. Por último, la base de datos donde se elaboraron la mayor búsqueda referente a la variable y en los factores son:

Tabla 4*Base de Búsqueda*

Science Direct	https://www.sciencedirect.com/
Scopus	https://www.scopus.com/
Dialnet	https://dialnet.unirioja.es/
Scielo	https://scielo.org/

Nota. En el siguiente cuadro se señalan las bases de búsquedas obteniendo revistas indizadas, del mismo modo desarrollara que la investigación alcance de manera óptima la calidad.

3.5. Búsqueda

La búsqueda es el conjunto de actividades que logra el acceso a los recursos, palabras claves y a los artículos orientados al tema en cuestión de todo proyecto de estudio (Bramer, et al.,2016, p.241); son determinantes procesos que definen, buscan, procesan y organizan información (Ahme, et al., ,2016, p.18); se debe tomar decisiones importantes incluida la selección de criterios de inclusión y exclusión de artículos y desarrollar estrategias de análisis (Vom, et al., 2015, p.150). Se realizó un filtrado de palabras como el inglés, los años más actuales, artículos validados por el MIAR, con el fin de obtener una cantidad de estudios científicos y validación de impacto.

Tabla 5*Resultados de filtrado semiautomático y comprobación manual*

Repositorio	Original	Semi-Automático exclusión (año- variable)	Proceso manual		
			inclusión	duplicado	resumen
Scopus	51304	40318	10986	10979	7
ScienceDirect	46919	45489	1430	1421	9
Scielo	365	250	115	109	6
Dialnet	15100	14092	1008	999	9
TOTAL	113688	100149	13539	13508	31

Nota. En el siguiente cuadro se determinó la totalidad de artículos científicos en los repositorios señalados iniciándose desde lo original, Semi-Automática y de proceso manual.

3.6 Selección de los estudios

La selección del estudio comienza una vez que se hayan completado los datos de búsquedas básicas y manuales. Usando la inclusión y criterios de exclusión (Porritt, et al., 2015, p.2); por otra parte, la selección de estudios se enfoca en la recopilación de estudios de investigación (Octaviano, et al., 2015, p.3); el proceso de selección de estudio son estrategias fundamentales para mejorar la fiabilidad de los estudios (Ali & Petersen, 2015, p.2); por ello que se llegó a realizar en la investigación los criterios de elegibilidad ejecutando la inclusión y exclusión de los artículos científicos, de lo cual se opta con los artículos de cinco años de antigüedad y a su vez evaluar las revistas que se encuentren indexados y valoradas a través de la plataforma MIAR y Scimago que comprueban el impacto de cada una de ellas; después, se catalogó según a los niveles y se efectuó las categorías que cada autor, con la finalidad de establecer los enfoques finales a utilizar en la investigación.

Por otra parte, los artículos deben ser con un enfoque cualitativo y hacia una revisión de literatura. Por último, al realizar el criterio de exclusión se descartó todo artículo de nivel cuantitativo porque se centran solamente en cuantificar y recopilar análisis de datos. Se determina que entre un total de ochenta y dos artículos científicos se realizó el filtrado obteniendo treinta y uno, artículos por criterios de elegibilidad, y al ordenarlos por niveles se obtuvo un total de quince artículos que se han considerado como criterios en la selección en la matriz de categorización. Se puede visualizar en el anexo 1.

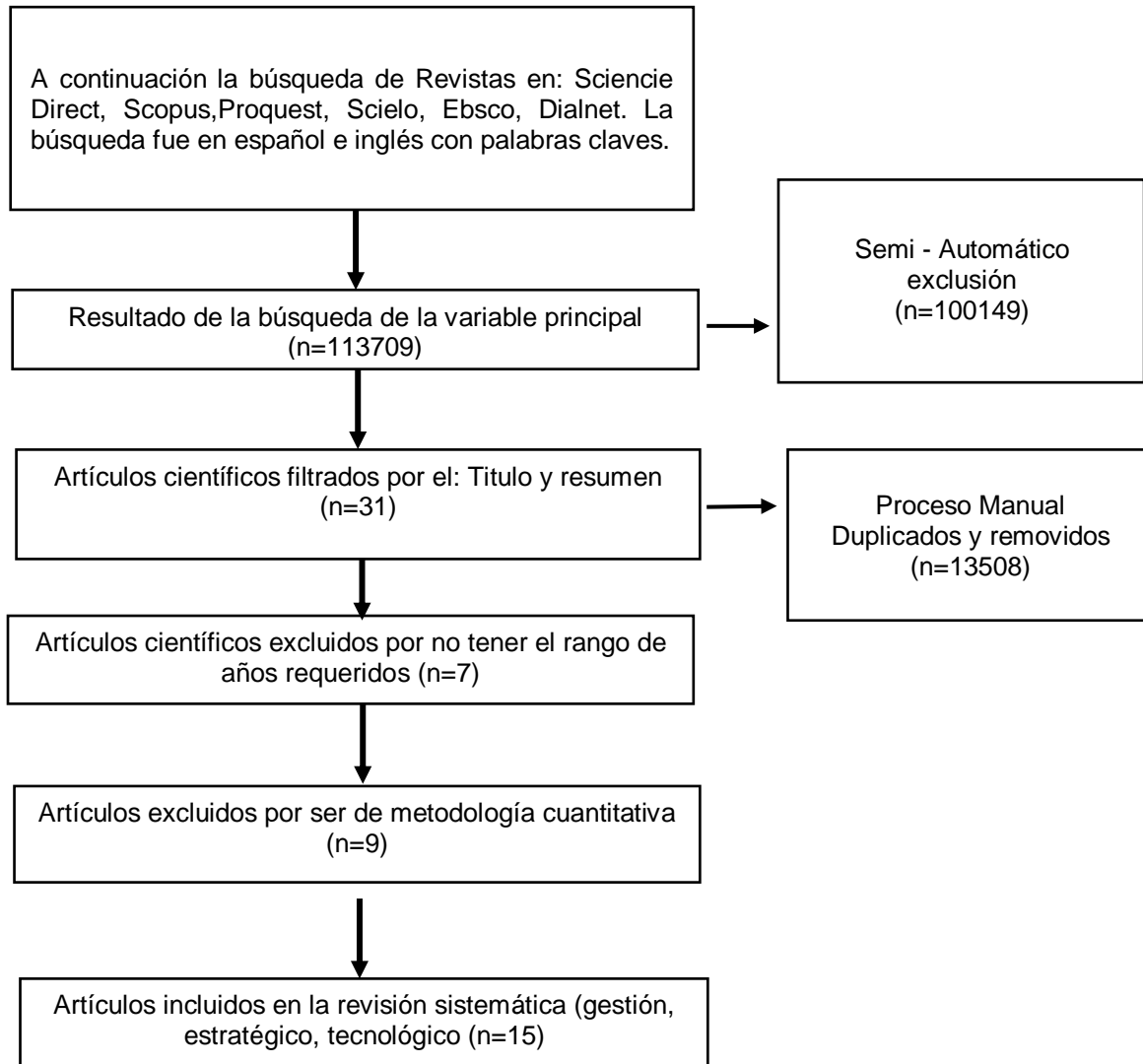
3.7. Proceso de extracción de datos

El proceso de extracción de datos es una estrategia que permite recopilar datos y fuentes que sean valiosas y utilizable conforme a la selección de estudios (Shokraneh & Adams, 2017, p.2); mejor dicho, se desarrolla en la recopilación de datos sistemáticos con el fin de organizar los elementos relevantes de la información para evaluar el riesgo del sesgo de la información Wijnen, et al., 2016, p.4). Por ende, el diagrama de flujo o declaración de PRISMA en el estudio, otorgó una manera detallada los procesos de clasificación, así como de los criterios de inclusión y exclusión en el manejo de los artículos científicos para obtener un grupo reducido, pero con mayor validez en la etapa de resultados y mayor claridad en el

manejo de los resultados en la variable para la discusión y conclusiones.

Figura 1

Diagrama de PRIMA de artículos científicos



Nota. En el siguiente gráfico se muestra la selección de estudios sobre los artículos científicos extraídos de base datos sobre el proceso semiautomático y proceso manual. La lista de los artículos científicos seleccionados se visualiza en el Anexo2.

3.8. Lista de datos

La lista de datos es una estructura que explica las definiciones de las variables y dimensiones que se llegó a realizar en la investigación (Risso, 2017, p.11); por ello que lista define todas las variables para las que se buscaron datos y realiza la simplificación que se hayan realizado a través de la información. (Moher, et al., 2015, p.176); de la misma forma se puede detallar la teoría de la variable principal Innovación empresarial, posteriormente los siguientes factores como: innovación radical, innovación disruptiva, innovación de productos y servicios, innovación de procesos, innovación organizacional y modelo de negocio.

Tabla 6

Marco de la teoría del aprendizaje

Niveles	Definición
Innovación empresarial	Investigaciones desarrolladas sobre la innovación empresarial, determinaron que la innovación requiere que las empresas ejecuten búsquedas, evaluaciones y cambios estructurales de negocio, a fin de no solo permanecer en el mercado ,sino de alcanzar una participación (Muñoz & Espinosa 2018,p. 212); también, existe evidencias que mostraron que la innovación como estrategias competitivas se han convertido en las herramientas para alcanzar las metas trazadas de las organizaciones en brindar eficiencia y calidad (Bernal & Rodriguez, 2019, p. 86); además investigaciones demostraron que la innovación y las estrategias competitivas son implementaciones adecuadas para el desempeño y desarrollo de las empresas (Gonzales, 2015, p. 108).
Enfoque de gestión	La innovación empresarial en el plano de gestión es una herramienta muy importante ya que brinda 4 puntos importantes como planificar a las organizaciones, organizar los procesos, dirigir a los trabajadores a un solo objetivo y controlar las funciones en relación a la innovación, siempre y cuando se tomen en cuenta las necesidades de los clientes, llevando a las organizaciones a un posicionamiento en el mercado competitivo (Muñoz & Espinoza, 2018, p.211).
Enfoque de estrategia	La innovación en el plano estratégico ayuda incentivar a la innovación como el mejoramiento continuo, con la finalidad de que las organizaciones defienden su posicionamiento y adaptarse de forma pertinente a los cambios, de lo cual acceda planear mayor valor agregado a las empresas, desarrollando las probabilidades de que logren convertirse en organizaciones competitivas y alcancen adaptarse a los requerimientos de los mercados (Acosta, et al.,2020, p.1).
Enfoque tecnológico	El primer factor para la ejecución de la innovación empresarial son los productos y servicios, de lo cual para el nivel tecnológico es considerado como una creación de valor; asimismo , hoy en día las plataformas digitales han ocasionado un impacto dentro de las organizaciones fomentando nuevos diseños de productos y procesos adecuados para un buen servicio al cliente, ya que así se relaciona la innovación junto con la competencia que deben tener como resultado la perfección (Gatauttis et al,2017,p.585).

Nota. En el siguiente cuadro se muestra el resumen de la variable principal y los enfoques de investigación.

3.9. Aspectos éticos

A medida que los avances tecnológicos dan lugar a las nuevas formas de educación, estos valores éticos siguen siendo igualmente importantes: confianza y responsabilidad y actuar, independientemente de nuestras metas e intenciones más amplias, de una manera poco ética (Rolfe, 2015, p.60); los diferentes marcos éticos representan un desafío para promover una investigación conjunta eficaz, existe una falta de conocimiento sobre cómo se consideran las cuestiones éticas en el ámbito de la investigación basada en registros, y falta de conocimiento (Ludvigsson, et al.,2015, p.491); los procesos de innovación o investigación científica y tecnológica, y particularmente al cumplimiento estricto de las normas técnicas y éticas establecidas para ese fin. No obstante, la rigurosa dinámica de los procesos preliminares de selección y de evaluación editorial, que protege ante posibles brechas en la ética profesional y, por tanto, de potenciales intentos en las conductas fraudulentas más conocidas como plagio es justo apreciar que estas buenas prácticas aplicadas, no son suficiente ante los riesgos en la ocurrencia de estos tipos de conducta (Castañeda & Sánchez,2015, p.274).

Asimismo, el presente proyecto de investigación es verídico contando con autores que accedieron dar fundamento a la investigación, en cuanto a ello se procedió a realizar la veracidad del nivel de plagio menor al 25% a través del programa Turnitin. Del mismo modo, conforme a la Resolución de Vicerrectorado de Investigación N.º 116-2021-VI-UCV, indica la integridad científica del desarrollo de investigación que se realice bajo estándares de rigor científico, responsabilidad y honestidad para el aseguramiento del conocimiento de la investigación.

IV. RESULTADOS

El presente capítulo presenta las respectivas recopilaciones de artículos de los años 2017 al 2020, como también la selección de revistas de cuartiles para así identificar el alto impacto que obtienen en el proyecto de investigación y finalmente la matriz de categorización de lo cual se encuentran seleccionado cada autor con sus respectivos criterios.

4.1. Publicaciones de revistas

El proyecto de investigación cuenta con revistas indexadas, ya que ellas forman el principal motor de difusión del conocimiento como también, se consideran que sean datos registrados con ISSN y un tiempo de vida de cinco años (Santillán, et al. , 2017, p. 3); se estima que las revistas son los apoyos elementales para la investigación (Dinu & Baigeet,2019, p.39); asimismo, las revistas buscan el modo de alcanzar un máximo impacto en la investigación optando con resultados consistentes (Alperin & Rozemblum, 2017,p.236).

A continuación, en la siguiente tabla se detalla los artículos indexados a través de la página MIAR, se obtuvo treinta y uno, los cuales fueron seleccionados desde el año 2017 al 2020. En la tabla de revistas por año se observa la mayor cantidad de estudio que son Innova Research Journal con 40 %, del año 2017, seguida del 33.3%, del año 2018 y el 20% del año 2019 finalizando con un 6.7% del 2020.

Por ello la tabla indica que el estudio con mayor estudio es del año 2017, ya que tiene un porcentaje de 40.0%, el mayor número de investigación a nivel internacional; por el cual este proyecto de investigación sirve para reconocer el año y la revista con mayor investigación; sin embargo, el estudio indica que la innovación impacta en las organizaciones, creando productos y servicios, mejorar de los productos o procesos, gracias a la gestión e implementando estrategias en las organizaciones para ser competitivos en el mercado y por finalizar tecnificando su tecnología.

Tabla 7*Publicaciones por revistas desde el 2017 al 2020*

	REVISTA	2017	2018	2019	2020	TOTAL
1	Innova Research Journal		2		1	3
2	Journal of Product Innovation Management	1				1
3	Journal Of Cleaner Production		1			1
4	Business Strategy and The Environment	1				1
5	Journal Of Cleaner Production	1				1
6	International Journal of Service Industry Management		1			1
7	In Crescendo			1		1
8	Contaduría Y Administración			1		1
9	International Journal of Information Management	1				1
10	Sustainability			1		1
11	Journal of Technology Management & Innovation		1			1
12	Engineering Economics	1				1
13	Technological Forecasting & Social Change	1				1
	TOTAL	6	5	3	1	15
	PORCENTAJE	40.0%	33.3%	20.0%	6.7%	100.0%

Nota. En la siguiente tabla se detalla las revistas indizadas y sus porcentajes.

4.2. Relación de las Journals

Las revistas publican artículos de calidad que han pasado un proceso de revisión exigente, lo que garantiza su visibilidad a nivel mundial (Crespo, Tortosa, Guerrero, 2019, p.2); por lo tanto, las revistas permiten a la investigación lograr alcanzar el mayor enfoque de un nuevo conocimiento (Rojas & Rendon, 2020, p.345); asimismo en las revistas indexadas un mayor porcentaje cuentan con el Scimago que son publicaciones mejor valoradas y dan alusión a los cuartiles (Navarro, et al. ,2020, p.14).

En la siguiente tabla se detallan los siguientes treinta y un artículos indexados e ingresados al Scimago, para obtener el cuartil y conocer el nivel de categoría. Los siguientes cuartiles se determinan de esta manera: alto impacto - cuartil uno (Q1) hasta el bajo impacto – cuartil cuatro (Q4).

Los siguientes resultados de la investigación se dispone de un 53.3% de artículos de alto impacto (Q1); el 26.7% de artículos presentes se ubican en el cuartil dos (Q2); igual forma el 13.3% se encuentran en el cuartil tres(Q3) y por último el 6.7% de investigaciones se ubican en el cuartil cuatro (Q4); esto quiere indicar, que se cuenta con un porcentaje alto de revistas de bajo impacto. Se evidencia que la innovación en el mundo de los negocios ha dado un giro de 180 grados a través de los años y para sobrevivir a la exigencia de los mercados, las empresas tienen que ser más competitivas por ello debe crear un entorno laboral direccionado a la innovación y mejora de los productos o servicios como factor de supervivencia.

Tabla 8

Relación de los artículos cuartiles

N.º	REVISTA	Q1	Q2	Q3	Q4	TOTAL
1	Innova Research Journal		3			3
2	Journal Of Product Innovation Management	1				1
3	Journal Of Cleaner Production	1				1
4	Business Strategy and The Environment	1				1
7	Journal Of Cleaner Production	1				1
8	International Journal of Service Industry Management	1				1
9	In Crescendo				1	1
10	Contaduría Y Administración			1		1
11	International Journal of Information Management	1				1
12	Sustainability	1				1
13	Journal of Technology Management & Innovation			1		1
14	Engineering Economics		1			1
15	Technological Forecasting & Social Change	1				1
TOTAL		8	4	2	1	15
PORCENTAJE		53.3%	26.7%	13.3%	6.7%	100.0%

Nota. En la siguiente tabla se muestra los cuartiles y sus porcentajes.

4.3. Matriz de Categorización

Para la realización de la matriz de categorización sirve para identificar, analizar e interpretar los distintos artículos que se encuentran disponibles dentro de la investigación específica, de lo cual es conocido como el mapeo sistemático que realiza una revisión amplia de estudios primarios con el objetivo de identificar las evidencias de los autores (Carrizo & Moller, 2018, p.46); por lo tanto se busca clasificar las aportaciones que cuentan con un valor añadido y llegan hacer la descripción de los objetivos, la estrategia de búsqueda que permiten determinar las investigaciones más relevantes (Celdran, et al. ,2018, p.115); asimismo, emplear la matriz categorización facilita la elección de los niveles y mejora la efectividad en los resultados (López, et al. 2018, p.6).

En la siguiente tabla se detalla la agrupación de los artículos indizados, en primer lugar, se encuentra gestión con ocho niveles que abarca a los aspectos de valor de la organización, en segundo lugar, se encuentra el estratégico con cuatro niveles que se enfocan en los métodos a utilizar dentro de la organización, en tercer lugar, está tecnológico con tres niveles que se enfoca en las herramientas a utilizar para lograr los objetivos de la organización.

Finalmente, la mayor cantidad de artículos indexados fue el nivel de gestión, ya que se orienta a recomendar a que las organizaciones establezcan un nuevo cambio de cultura y proyectar la innovación como herramienta clave para alcanzar nuevos objetivos y competir ante nuevos mercados. Asimismo, se orientó el estudio de investigación; la agrupación por categorías como: radical, productos y servicios, procesos, organizacional, disruptiva, modelo de negocios.

Tabla 9

Matriz de categorización por enfoques

Categoría (Elemento a Clasificar)	Criterio de Clasificación 1	Criterio de Clasificación 2	Criterio de Clasificación 3	Criterio de Clasificación 4	Criterio de Clasificación 5	Criterio de Clasificación 6
	Radical	Productos Y Servicios	Procesos	Organizacional	Disruptiva	Modelo de Negocios
Innovación empresarial como gestión	(Geissdoerfer et al, 2018, Sorescu, 2017).	(Sierra et al, 2019, Geissdoerfer et al, 2018, Herrera & Hidalgo,2019, Muñoz & Espinoza, 2018, Sorescu, 2017, Ali, et al, 2017 França, et al, 2017).	(Geissdoerfer et al, 2018, Evans et al, 2017, Herrera & Hidalgo,2019, Muñoz & Espinoza, 2018, Sorescu, 2017, Ali, et al, 2017, França, et al, 2017).	(Sierra et al, 2019, Geissdoerfer et al, 2018, Evans et al, 2017, Herrera & Hidalgo, 2019, Espinoza, 2018).	(Evans et al, 2017, Muñoz & Espinoza, 2018).	(Geissdoerfer et al, 2018, Evans et al, 2017, França, et al, 2017).
		productos y servicios	procesos	organizacional	disruptiva	
Innovación empresarial como estratégico	(Giménez, et al, 2019, Planas & Fernández, 2018, Chong et al,2018, Acosta et al, 2020).	(Acosta et al,2020, Giménez et al,2019, Chong et al,2018).	(Acosta et al,2020, Giménez, et al, 2019, Planas & Fernández 2018 Chong et al,2018).	(Giménez,2019, Chong,2018).		
		productos y servicios	procesos	organizacional		
Innovación empresarial como tecnológico	(Gatauttis et al,2017, Ehrenhard et al,2017).	(Andreassen, et al,2018, Ehrenhard et al, 2017).	(Gatauttis et al,2017, Ehrenhard et al, 2017).			

Nota. En la siguiente matriz se detalla los tres enfoques con sus respectivas categorías.

V. DISCUSIÓN

Objetivo 1. Actualizar los estudios de las revisiones sistemáticas en base a la clasificación contextual sobre la innovación empresarial y su impacto en las estrategias competitivas.

La innovación es un motor interno fundamental para el crecimiento económico de las empresas y naciones. Independientemente del origen de las empresas, la innovación de procesos, productos y servicios se constituye en una estrategia que permite proyectar mayor valor agregado a las empresas, aumentando las posibilidades de que puedan convertirse en organizaciones competitivas y logren adaptarse a las exigencias de los mercados mundiales (Acosta, et al.,2020, p. 2);por otra parte, los grandes cambios escalonados son más riesgosos, más complejos y requieren de una mayor inversión, por ello las pequeñas empresas no podrían implementar la innovación (Sierra, et al., 2019, p.8). Sin embargo, la innovación es un conjunto de desafíos que impiden que las organizaciones innoven con éxitos o generen modelo de negocio, debido al seguimiento insuficiente de las ideas y falta de implementación de conceptos (Geissdoerfer, et al., 2018, p.101); por finalizar este artículo menciono que la innovación es un reto ya que los trabajadores requieren de la adaptación a los nuevos cambios, por lo que requiere de tiempo para poder relacionarse con las nuevas estrategias y visiones de las organizaciones (Chong, et al., 2018, p.18).

Objetivo 1a. Analizar las categorizaciones en base al enfoque gestión orientado al estudio de la innovación empresarial que permite generar nuevas alternativas de solución y/o necesidades no cubiertas en los nuevos mercados.

La innovación empresarial en el plano de *gestión* ha experimentado diversos cambios en las investigaciones generando gran aporte dentro de la gestión organizacional creando la integración de la sostenibilidad que representa una capacidad necesaria y al establecer la innovación, las organizaciones deben considerar la sostenibilidad empresarial y abarcar los aspectos económicos, ambientales y sociales (Evans, et al., 2017, p.600); por otra parte, no debemos omitir que para desarrollar la gestión de innovación, las organizaciones deberán identificar apropiadamente los proyectos de recursos, tecnológicos, identificar los problemas, ya que esto causaría conflictos con los administradores teniendo como consecuencia el fracaso ante el mercado (Geissdoerfer, et al.,2018, p.407); no

obstante, la innovación de gestión necesitan ser medidos con el fin de obtener una capacidad adecuada y si las empresas no gestionan la innovación como un enfoque de mejora, a medida simple, no desarrollara una captura de objetivos establecidos, como también afectará a la creación de valor en las empresas (Sorescu, 2017, p. 1);por consiguiente, se considera como desafíos de que las empresas no están proyectando adecuadamente la gestión a un punto de vista empresarial, de lo cual llevaría a cabo limitaciones, riesgos con otros competidores y al fracaso (Franca, et al, 2017, p.164).

La innovación *radical* es un conjunto de desafíos ya que impide que las organizaciones innoven con éxito, debido a un insuficiente seguimiento de la planificación de los procesos, por ello las empresas no pueden alcanzar las metas a corto, mediano o largo plazo también las organizaciones no determinan que es lo que se necesita para llevar a cabo el procesos ya que no se precisa la cantidad de personas que tienen que llevar a cargo la gestión, por el cual no se logra alcanzar los objetivos empresariales que se ha planeado (Sorescu, 2017, p.2); por otra parte, las empresas no toman interés a la creación de la calidad de los productos y diseños de procesos innovadores, esto ha generado el bajo estudio de las necesidades de los consumidores insatisfechos ,ocasionando la baja rentabilidad y acogida de los clientes en las empresas (Geissdoerfer, et al.,2018, p.402).

Las empresas han generado la creación de *productos y servicios* en las empresas, pero no resalta la importancia que tiene la gestión de la organización, ya que requiere de una delegación en el cual coordine las actividades que realizarán los colaboradores (Sierra et al, 2019, p. 505); además las organizaciones no toman interés del tiempo en que se debe realizar dicha proceso de creación de productos y atención de servicio generando, quejas de los clientes y alta ineficiencia en la organización (Geissdoerfer, et al.,2018, p.406); no obstante las organizaciones que no tengan una coordinación y planificación no podrán conocer los puntos altos y bajos que le falta a la organización esto genera incertidumbre en el futuro de las empresas por lo cual afecta a la compañía (Muñoz & Espinosa, 2018, p.214); por lo tanto si no hay un orden de los procesos retrasara la producción, generando un bajo alcance de los objetivos empresariales (Ali, et al, 2017, p.648).

La innovación de *procesos* consiste en la implementación de una tecnología y producción nueva o mejorada para generar desarrollo en los procesos de la organización y fomentar impacto en los clientes (Herrera & Hidalgo, 2019,p.2); sin

embargo, en esta herramienta al relacionarse con la complejidad y nivel de sofisticación de la innovación generan riesgos o incertidumbre que no se deben realizar y que podrían afectar los servicios, como los clientes de la empresa (Ali ,2017, p.642); por otra parte, los procesos son recursos de apoyo sobre los productos y servicios, en consecuencia, si las empresas no realizan un cambio significativo sobre sus propuestas de valor no permitirán que los canales de sus procesos sean más eficientes (Sorescu, et al., 2017, p.2); así mismo, al llevar a cabo esta innovación de procesos involucra a los altos costos de fabricación o reestructuración de maquinarias, mano de obra; generando un sobre costo en su implementación de proyecto (Evans, et al., 2017, p.603); no obstante, la innovación de procesos en el nivel de gestión , no puede ejecutarse por sí sola, ya que requiere estar relacionada con otros factores significativos como la investigación y el conocimiento, estos constituyen a las empresas que ejecuten sus procesos de manera uniforme (Muñoz & Espinosa, 2018, p.213); por último, si la incertidumbre y la frustración se encuentra dentro de los procesos de la organización y genera tiempo perdido, daños económico, las empresas deben optar con capacidades de planificación o diseños de procesos (Geissdoerfer, et al,2018, p.411).

La innovación *organizacional* pone enfoque en poder llegar a lograr los objetivos de la empresa y es el centro de trabajo para impulsar la ventaja competitiva y establecer estrategias de los procesos o servicios (Sierra et al., 2019,p.14); no obstante, existen barreras como la inercia que realizan las empresas y tienen resultados que dificultan la participación insuficiente de la alta dirección, preocupaciones por la seguridad laboral y problemas gerenciales, la innovación organizacional es una herramienta útil que puede hasta llegar ser complejo por la falta de esfuerzo de las organizaciones (Geissdoerfer, et al,2018, p.408); sin embargo, esta herramienta comprende en modelar y mejorar la situación actual de la empresa llevando a un futuro nuevo, pero, de la misma manera evidencia la complejidad y no tomarse a la ligera, ya que sobre ello se puede desarrollar exigencias para optar resultados positivos ante un mercado competitivo (Evans, et al., 2017, p.605); por consiguiente, en la innovación organizacional como principal requisito se debe conocer el entorno sobre la importancia de conocimiento y aprendizaje; ya que si no se llega a percibir, la empresa no tendría resultados sobre el incremento de sus actividades, no genera valor en la calidad de productos y no tendría éxito (Herrera & Hidalgo, 2019,p.17).

La innovación *disruptiva* afecta a toda organización que hacen sobre ellos cambien rigurosamente, de la misma forma los diseños de modelos de negocios pueda reconfigurar las capacidades de negocio de la empresa y alcanzar los objetivos de una innovación sostenible(Evans, et al., 2017, p.598); no obstante, al no ejercer o generar cambios que puedan realizar mejoras, la empresa quedaría paralizada sin obtener progresos de ninguna índole; cualquier cambio, por más pequeño que parezca puede originarse en futuras innovaciones de importancia para la empresa (Muñoz & Espinosa, 2018, p.223); sin embargo, tener mucho cuidado si las empresas grandes conllevan a generar mayores ingresos, descuidando sus sectores pequeños; es entonces, donde las empresas emergentes o pequeñas se posicionará sobre ellas generando valor y crecimiento ante nuevos mercados (Geissdoerfer, et al.,2018, p.411).

El *modelo de negocio* conduce a una mejor comprensión de la innovación dentro de la organización, desarrolla un desempeño económico, ambiental y social; sin embargo, la falta de estudios de casos dificulta que las empresas comprendan cómo innovar sus modelos de negocio, identificar y diseñar alternativas, luego evaluar y seleccionar la más adecuada (Evans, et al., 2017, p.597); sin embargo, las razones de diversos fracasos que se encuentran en las organizaciones es que muchas veces construyen su modelo de negocio sin pensar en la competencia, la apreciación de los modelos en forma aislada lleva a una evaluación errada de sus fortalezas, debilidades y por tanto a malas decisiones (Geissdoerfer, et al.,2018, p.402); por último, la falta de una estructuración de sistemas que abarca a una definición operativa de sostenibilidad y directrices estratégicas puede afectar a las empresas a no desarrollar una ventaja competitiva (Franca, et al., 2017, p. 156).

Objetivo 1b. Analizar las categorizaciones en base al enfoque estratégico orientado al estudio de la innovación empresarial que permite generar nuevas alternativas de solución y/o necesidades no cubiertas en los nuevos mercados.

La innovación en el plano *estratégico* ayuda incentivar a la innovación como el mejoramiento continuo, con la finalidad de que las organizaciones defiendan su posicionamiento y se adapten a los cambios y con el fin de que las organizaciones desarrollen valor agregado, fomenten ventajas competitivas y alcancen los conocimientos sobre los requerimientos de los mercados (Acosta, et al.,2020, p.1); sin embargo, ante el dinamismo que ejercen los mercados, las empresas no deben

descuidar, ni desenfocarse de sus objetivos proyectados y poder defender su competitividad de sus productos junto con las estrategias competitivas, con la finalidad de que les permitan reconocer las transformaciones de los mercados (Chong et al,2018,p.21).

La primera categoría para llevar a cabo los *productos y servicios*, después de haber evidenciado que los determina a ellos a que sean procesos de mejora y estén enfocados a la captura del público, la base es de promover la diversas estrategias orientados a la creación de productos y servicios potenciales que les permita optimizar los recursos y hacer uso sobre ellos, con la finalidad de competir con los mercados (Planas & Fernández, 2018, p.70); sin embargo, al no poder otorgar un producto y servicio adecuado no habría una buena relación con los clientes, los activos de la organización disminuiría , los diseños innovadores reducirían ocasionando una probabilidad de fracaso innovador (Giménez, et al., 2019,p.5); no obstante, al no originarse una buena imagen ante los competidores ni mucho menos impactan a sus clientes, las empresas no tendrían resultados en sus activos, tendrían pérdida de clientes, desenfoco de los mercados nuevos, desinterés al no producir o desarrollar la calidad de sus productos que se adapten a las nuevas tecnologías (Acosta, et al,2020,p.13); asimismo, los costos, ingresos, gastos y los puntos de venta que cuenta la organización, no se podrá realizar las mejoras de los productos y servicios para una buena imagen hacia los clientes o competidores (Chong, et al,2018,p.22).

La segunda categoría para llevar a cabo los *procesos*, este factor tiene como objetivo demostrar cómo se realizan los procesos de fabricación y optimización para formar un adecuado producto y servicio , proporcionando como aumento en la productividad, mejora en los procesos de automatización, desarrollar nuevas estrategias , disminuir la materia prima y optimizar los costos (Chong, et al,2018,p.21); sin embargo, al no implementar una innovación de procesos dentro de la empresa, tendría como resultado una disminución en la inversión en bienes de capital y maquinaria (Acosta, et al.,2020,p.12); no obstante, resulta eficiente si se logra implementar de manera adecuada los procesos; de lo contrario, una mala estrategia sobre la innovación de procesos llevaría a la pérdida de inversión y otros tipos de recursos, de lo cual sería difícil poder recuperarlo (Giménez, et al., 2019,p.7).

La tercera categoría para llevar a cabo lo *organizacional* dentro de lo estratégico establece una dirección para ayudar a la organización alcanzar la meta y crear un flujo de conexión con el mando gerencial, con el personal y con lo social para conllevar una transformación y optar con objetivos amplios (Chong et al.,2018, p.21); sin embargo, aunque el factor se encuentre en un punto clave de competitividad, desafortunadamente todo será en base a qué sector invierta en una mayor innovación para así establecer buenas estrategias de cambios organizacionales (Giménez,et al., 2019,p.3); no obstante, a una falta de estructura y todo lo que incide dentro de la innovación organizacional, repercutirá en las relaciones externas, no abarcaría un buen clima por parte de los trabajadores, falta de productividad y no habría rendimiento de toda la organización afectando internamente las estrategias establecidas , con la finalidad de que se relacionen con cada entorno (Planas & Fernández, 2018, p.71); asimismo, si la organización no realiza las acciones planeadas y no desarrolla una estructura sofisticada, no podrá organizar, ni crear nuevos modelos más rápidos, creativos y fructuosos (Acosta, et al,2020,p.3).

Al finalizar con la quinta categoría *disruptiva* lo cual es un factor que permite adaptarse mejor a los cambios en su entorno , responde más rápido para mejorar las necesidades cambiantes de lo que los rodea y aporta consigo variedades rotundos, de lo cual trae consigo que la empresa deba adaptar, motivar a las personas a que acepten el cambio (Giménez, et al., 2019,p.4); sin embargo, si la organización ha llevado por concluir alguna acción innovadora y no realiza la investigación o reacción a sus probables cambios, esto podría producir un efecto económico a la inversión que se ha otorgado para el proyecto de innovación, no solo a la empresa en general, sino a toda la actividad económica formada ocasionando un problema en las acciones innovadoras (Chong, et al.,2018 p.22).

Objetivo 1c. Analizar las categorizaciones en base al enfoque tecnológico orientado al estudio de la innovación empresarial que permite generar nuevas alternativas de solución y/o necesidades no cubiertas en los nuevos mercados.

La innovación en el enfoque *tecnológico* se refiere como la creación de nuevos servicios que desarrollan una tendencia por ello las organizaciones suelen ser más competitivas en lo que abarca a la tecnología para captar la atención de los consumidores, con el fin de generar fidelización con el cliente (Gatauttis, et al.,2017,

p.584); sin embargo, si las organizaciones no tienen en cuenta los riesgos de la tecnología como la privacidad y seguridad de su información, esto podría llegar a generar a que se compartan con los competidores (Ehrenhard et al.,2017,p.7); por ende, no todos los sectores productivos de las empresas pueden implementar una innovación tecnológica, ya que abarca riesgos económicos y esto limita a las organizaciones a seguir desarrollándose (Andreassen, et al.,2018, p.9).

El primer factor para llevar a cabo los *productos y servicios*, de lo cual para el nivel tecnológico es considerado como una creación de valor; asimismo, hoy en día las plataformas digitales han ocasionado un impacto dentro de las organizaciones fomentando nuevos diseños de productos y procesos adecuados para un buen servicio al cliente, ya que así se relaciona la innovación junto con la competencia que deben tener como resultado la perfección (Gatauttis, et al.,2017,p.585); por ende, las plataformas digitales enfrentan desafíos para mantener la fidelización de los proveedores, como los clientes, de lo cual no es fácil su implementación ya que se abarca un cambio completo en la mentalidad y en los procesos de las empresas que desean seguir siendo relevantes (Andreassen, et al.,2018, p.10).

El segundo factor para llevar a cabo los *procesos* donde los recursos de la organización deben ser manejados en su totalidad y de manera ideal, si se realiza una innovación de procesos sin un análisis previo y muy meticuloso, el contexto de la innovación podría resultar limitada para aplicarse a las nuevas tendencias tecnológicas (Gatauttis, et al.,2017, p.585); no obstante, si bien los procesos enfocados a lo tecnológico reduce lo dependiente de una fuerza de trabajo, el otro ángulo es que los trabajadores pierden puestos laborales, dificultad de adaptarse al cambio; como también, puede existir un aprendizaje de cambio que se deriva después a una disminución de productividad a un corto plazo (Ehrenhard, et al.,2017,p.3); por ende, la innovación tecnológica sobre las plataformas digitales puede llegar a generar desempleo, ya que muchas maquinas como la mano de obra son reemplazados por las acciones que impulsa la tecnología (Andreassen, et al.,2018, p.14).

El tercer factor para llevar a cabo es lo organizacional, las plataformas son un nuevo modelo de negocio que maneja la tecnología para relacionar personas, organizaciones y recursos de forma recíproca, es el ecosistema en el que se pueden establecer cantidades asombrosas de valor e intercambiado (Gatauttis, et

al.,2017, p.585); sin embargo, una empresa puede transformar en aplicaciones, pero no proporciona a las empresas una ventaja competitiva, sólo cuando las innovaciones tecnológicas despliegan cambios fundamentales instaurados en los procesos organizacionales se puede obtener una verdadera ventaja competitiva (Ehrenhard, et al.,2017,p.2).

VI. CONCLUSIONES:

1. La innovación empresarial desarrolla abundantes desafíos en las organizaciones, de lo cual determinan en ellas a que se adapten a los nuevos cambios que exige el mercado, por lo tanto, la innovación tiene un efecto positivo directo sobre el crecimiento. Mediante el enfoque de modelo de negocio, se ha evidenciado que una empresa para que sea sostenible debe aplicar estrategias, determinar una estructura organizativa, procesos diferentes, sistemas de recompensas y requiere personas mentalizadas al cambio. Impulsar las capacidades o habilidades brinda a la innovación a que pueda lograr un mejor desempeño competitivo, a través de una adecuada gestión, es por ello que, al generar valor en la innovación, las empresas se esforzarán en mantenerse y sobresalir en el mercado.
2. La innovación en el enfoque de gestión adapta a las empresas a establecer una flexibilidad y un pensamiento a futuro donde la alta gerencia debe visualizar las nuevas oportunidades para sobrevivir en el mercado, y para que puedan mantenerse dentro del campo competitivo, las organizaciones deben reconocer los conocimientos de sus competidores, generar métodos de ideas, establecer sistemas de proyectos de financiación y proyectos de estructuración de sus calidad de productos, de lo cual generarían gran desempeño en la innovación y junto con la intervención de la alta dirección se obtendrá una clara idea de enfocar a la empresa al éxito. Tener en cuenta que la innovación de gestión no solo se abarca en lo nuevo, sino en los frutos de la innovación para fomentar mejores servicios, procesos, productos y/o modelos de negocio.
3. Se concluyó que la alta competencia del mercado genera mayor planificación y participación por parte de los gerentes en las organizaciones, por ello, la innovación en el enfoque de direccionamiento estratégico respalda a las organizaciones a gestionar la innovación y constituir una adecuada integración, teniendo en cuenta la mejora continua; y solo así se puede alcanzar una ventaja fundamental que se relacione a las exigencias del mercado, a consecuencia de evitar convertirse en una organización obsoleta. Sin embargo, se tiende a ignorar la innovación disruptiva donde los gerentes hacen lo correcto en llevar a su empresa al éxito, pero dejan de darle importancia a las amenazas de los mercados emergentes. Por lo tanto, los gerentes deben evaluar situaciones difíciles desde diferentes perspectivas, de lo cual no se descarta que la

disrupción desplaza a los líderes, ya que mantener la innovación puede ser demasiado lento para mantener las crecientes necesidades de los clientes.

4. La innovación en el enfoque tecnológico aporta a las organizaciones a establecer modelos de negocios proyectados, con el fin de requerir la calidad de productos, procesos y equipos que alcancen un desarrollo en los mercados productivos y competitivos brindando un conjunto en variedades de productos y servicios para dar frente a la competencia. Por el cual si una tecnología es relevante se asegurará de no caer en consejos que no ayuden a poder implementar la tecnología; por ello al ser relevante permite optimizar los procesos sin ninguna duda, por otro lado, si una organización elabora adecuadamente programas formativos que ayuden a la adopción de la tecnología, influirá efectivamente en la organización y por finalizar si las empresas apuestan por el impacto social generaran oportunidades en aumentar su compromiso social, generando la fidelización del cliente, mejorando el compromiso del empleados y retención de los talentos.

VII. RECOMENDACIONES

1. Se recomienda a las empresas realizar auditorías para poder estudiar y reducir los gastos innecesarios que se generan, por ello sería efectivo realizarlo 3 a 4 veces al año, así se podría implementar la innovación empresarial en el cual genera rentabilidad económica y competitividad en el mercado. Por otro lado, las organizaciones deben contratar personal diverso ya que esto genera nuevas ideas para poder crear la calidad de los productos innovadores que impacten en el mercado y, por último, las organizaciones deben realizar 3 capacitaciones por mes sobre la innovación empresarial poniendo al mando a un personal capaz de amansar los nuevos cambios y generar resiliencia en los trabajadores para la adaptación de la innovación.
2. Se recomienda que la innovación de gestión cuente con un sinfín de conocimientos, de lo cual podrían apoyarse por agentes internos que ayuden a motivar la innovación en la gestión dentro de la organización y puedan identificar los conocimientos de gestión, nuevas ideas, aquellos agentes internos que se enfocan en los estándares de soluciones a los problemas que enfrentan los gerentes, alentarán la adopción de la gestión para todo un proceso productivo, estos cambios permitirá que la empresa recobre su enfoque previamente influyente como creadores de conocimientos de gestión nuevos y útiles ante los ojos de los competidores. Asimismo, para apoyar las ideas de los altos ejecutivos podemos abordar la innovación como una oportunidad y no como una amenaza manteniendo una actitud generalmente tenaz y persistente.
3. Se recomienda formar un grupo de expertos que cuenten con experiencia en el rubro para generar propuestas de posibles estrategias, las cuales deberán ser evaluadas y probadas para ejecutarse en el mercado, para ello, las organizaciones deben promover una investigación de mercado constante con la finalidad de evaluar a su competencia. Por otra parte, deberán asignar un presupuesto para las estrategias competitivas de las futuras investigaciones, donde las empresas optimizarán el dinero necesario para su respectiva ejecución.
4. Se recomienda a las organizaciones la innovación tecnológica para establecer modelos de negocios, con el propósito de tecnificar, ya que reduce tiempo en la creación de un producto y servicio, con la finalidad de brindar calidad en los

productos, satisfaciendo las necesidades de los clientes, por otra parte se debe generar programas de capacitación sobre innovación y fomentar la formación de equipos, reuniones para establecer estructuras planificadas garantizando una comunicación sólida y así poder mejorar los procesos productivos relacionados con los conocimientos y la gestión de la innovación tecnológica. Asimismo, las empresas deben apostar por el impacto social ya que genera fidelización de los clientes, mejora el compromiso de los empleados con la empresa y se reconoce el talento humano.

5. Se recomienda para futuras investigaciones poder establecer un amplio estudio sobre la innovación disruptiva, ya que genera cambios en la rentabilidad de los negocios y permite migrar desde un modelo comercial sobresaliente a otro modelo nuevo, por lo que, es un factor poco analizado por las organizaciones; por el temor de no impactar o satisfacer las necesidades de los consumidores, por lo tanto, se debe realizar un estudio de mercado antes de modificar, mejorar un producto, servicio e proceso, esto genera menos riesgo en las organizaciones, generando mayor crecimiento e impacto ante un mundo tan competitivo.

REFERENCIAS

- Acosta, V., Vega, B., Gonzales, M. & Carmenate, L. *Tipos de Innovación como Estrategias de Adaptación al Dinamismo de los Mercados* 10.33890/innova.v5.n3.2020.1288. <https://www.google.com/url?q=http://201.159.222.115/index.php/innova/article/view/1288&sa=D&source=editors&ust=1624080790861000&usg=AOvVaw14IBsmNlbnFgx8mqbA3cd>
- Ali, A., Warren, D., & Mathiassen, L. (2017). *Cloud-based business services innovation: A risk management model*. *International Journal of Information Management*, 37(6), 639–649. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0268401217301706>
- Alperin, J. P., & Rozemblum, C. (2017). *La reinterpretación de visibilidad y calidad en las nuevas políticas de evaluación de revistas científicas*. *Revista Interamericana de bibliotecología*, 40(3), 231-241. <http://dx.doi.org/10.17533/udea.rib.v40n3a04>
- Anaya, L., Mohammed, D. & Sherief, A (2015). *An investigation into the role of enterprise information systems in enabling business innovation*. 10.1108/BPMJ-11-2014-0108. <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/BPMJ-11-2014-0108/full/html>
- Andreassen, T. W., Lervik-Olsen, L., Snyder, H., Van Riel, A. C. R., Sweeney, J. C., & Van Vaerenbergh, Y. (2018). *Business model innovation and value-creation: the triadic way*. *Journal of Service Management*. <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/JOSM-05-2018-0125/full/html> ISSN: 17575818
- Baltazar M. (2016). *Innovation for impact: Business innovation for inclusive growth*. 10.1016/j.jbusres.2015.10.045 [file:///C:/Users/HP/Downloads/articulo%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/HP/Downloads/articulo%20(1).pdf)
- 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. doi:10.1080/09537325.2016.1194973. <https://sci-hub.mkxa.top/10.1080/09537325.2016.1194973>
- Bernal, C. (2016). *Metodología de la investigación: administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. (4a ed.). Pearson Educación.

- Bernal-Jiménez, M. C., & Rodríguez-Ibarra, D. L. (2019). *Las tecnologías de la información y comunicación como factor de innovación y competitividad empresarial*. *Scientia et Technica*, 24(1), 85-96. <https://www.redalyc.org/jatsRepo/849/84959429009/84959429009.pdf>
- Bramer, W. M., Giustini, D., de Jonge, G. B., Holland, L., & Bekhuis, T. (2016). *De-duplication of database search results for systematic reviews in EndNote*. *Journal of the Medical Library Association: JMLA*, 104(3), 240-243. <https://doi.org/10.3163/1536-5050.104.3.014>
- Breuer, H., & Lüdeke-Freund, F. (2017). *Values-based network and business model innovation*. *International Journal of Innovation Management*, 21(03), 1750028. <https://www.worldscientific.com/doi/abs/10.1142/S1363919617500281> ISSN: 1757-5877
- Carrizo, D., & Moller, C. (2018). *Estructuras metodológicas de revisiones sistemáticas de literatura en Ingeniería de Software: un estudio de mapeo sistemático*. *Ingeniare. Revista chilena de ingeniería*, 26, 45-54. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-33052018000500045>
- Castañeda-Sánchez, O. (2015). *The Role of Leadership in Medical Management*. *Atención Familiar*, 22(1), 1-20. <http://www.caecihs.uai.edu.ar/libros%20y%20art%C3%ADculos/Dra%20Marcela%20Agostini%20-%20Uso%20de%20psicof%C3%A1rmacos%202015.pdf#page=5>
- Castro et al., (2018) *Propuesta de modelo de gestión de innovación para una empresa de ventas al consumidor final*. 75 - 89 <https://doi.org/10.22507/rli.v15n1a8>
- Celaya, I., Ramírez-Montoya, M. S., Naval, C. y Arbués, E. (2020). *Usos del podcast para fines educativos. Mapeo sistemático de la literatura en WoS y Scopus (2014-2019)*. *Revista Latina de Comunicación Social*, (77),179-201. <https://www.doi.org/10.4185/RLCS-2020-1454>
- Celdrán-Bernabeu, M. A., Mazón, J. N., Ivars-Baidal, J. A., & Vera-Rebollo, J. F. (2018). *Smart Tourism. Un estudio de mapeo sistemático*. *Cuadernos de Turismo*, (41),107-138. <https://doi.org/10.6018/turismo.41.326971>
- Celtekligil, K., & Adiguzel, Z. (2019). *Analysis of The Effect of Innovation Strategy and Technological Turbulence on Competitive Capabilities and Organizational Innovativeness in Technology Firms*. *Procedia Computer Science*, 158, 772-780.

<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877050919312840>

- Chong, C. B., Chong, M. B., Yulan, H., & Farias, Z. Z. (2018). *La motivación en los negocios. Estrategia para estimular la innovación en los diferentes tipos de negocios. INNOVA Research Journal*, 3(10.1), 17-27. <https://revistas.uide.edu.ec/index.php/innova/article/view/719>
- Crespo-Gascón, S., Tortosa, F. S., & Guerrero-Casado, J. (2019). *Producción de revistas científicas en América Latina y El Caribe en Scopus, Journal Citation Reports y Latindex en el área de los recursos naturales: su relación con variables económicas, ambientales y de inversión en investigación. Revista Española de Documentación Científica*, 42(1), 231-241. <http://dx.doi.org/10.17533/udea.rib.v40n3a04>
- Damian, I. E., & Suárez–Barraza, M. F (2015). *Process innovation in tourism management: A review of the literature* 10.3926/ic.530. ISSN1697-9818. <https://upcommons.upc.edu/handle/2117/80135>
- Dinu, N. R., & Baiget, T. (2019). *Presente y futuro de las revistas científicas. Scire*, 25(1), 37-46. <https://doi.org/10760/38866>
- Ehrenhard, M., Wijnhoven, F., van den Broek, T., & Stagno, M. Z. (2017). *Unlocking how start-ups create business value with mobile applications: Development of an App-enabled Business Innovation Cycle. Technological forecasting and social change*, 115, 26-36. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S004016251630292X>
- Evangelista, R. (2018). *Technology and economic development: The Schumpeterian legacy. Review of Radical Political Economics*, 50(1), 136-153.
- Evans, S., Vladimirova, D., Holgado, M., Van Fossen, K., Yang, M., Silva, E., & Barlow, C. *Business model innovation for sustainability: Towards a unified perspective for creation of sustainable business models. 10.1002/bse.1939.* <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1002/bse.1939>
- FitzGerald, C., & Hurst, S. (2017). *Implicit bias in healthcare professionals: a systematic review. BMC medical ethics*, 18(1). 1-18. <https://doi.org/10.1186/s12910-017-0179-8>
- Franca, C. L., Broman, G., Robèrt, K.-H., Basile, G., & Trygg, L. (2017). An approach to business model innovation and design for strategic

sustainable development. *Journal of Cleaner Production*, 140, 155–166.
<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0959652616308010>

Gatauttis, R. The rise of the platforms: Business model innovation perspectives
10.5755/j01.ee.28.5.19579.
<https://www.inzeko.ktu.lt/index.php/EE/article/view/19579>

Geissdoerfer, M., Vladimirova, D., & Evans, S. *Sustainable business model innovation*
10.1016/j.jclepro.2018.06.240.
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0959652618318961>

Giménez, J., Madrid-Guijarro, A., & Duréndez, A. *Competitive capabilities for the innovation and performance of Spanish construction companies*.
10.3390/su11195475. <https://www.mdpi.com/2071-1050/11/19/5475/htm>

González et al., (2015). *Innovación y tecnología, factores claves de competitividad empresarial. Una mirada desde lo local*. *Revista Lebre*, (7), 103-124. [file:///C:/Users/HP/Downloads/1521-3639-1-PB%20\(3\).pdf](file:///C:/Users/HP/Downloads/1521-3639-1-PB%20(3).pdf)

Hernández, R., Zapata, N. & Mendoza, C. (2014). *Metodología de la investigación para bachillerato*. McGrawHill.

Herrera González, R. L., & Hidalgo Nuchera, A. *Dinámica de la gestión de la innovación de servicios y co-creación en empresas del sector economía digital*
10.22201/fca.24488410e.2018.1802.
http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0186-10422019000200008

Horvath, B., Khazami, N., Ymeri, P., & Fogarassy, C. (2019). *Investigating the current business model innovation trends in the biotechnology industry*. *Journal of Business Economics and Management*, 20(1), 63-85. <https://journals.vgtu.lt/index.php/JBEM/article/view/6880>

Keppler-Noreuil, K. M., Rios, J. J., Parker, V. E., Semple, R. K., Lindhurst, M. J., Sapp, J. C. & Biesecker, L. G. (2015). *PIK3CA-related overgrowth spectrum (PROS): diagnostic and testing eligibility criteria, differential diagnosis, and evaluation*. *American journal of medical genetics Part A*, 167(2), 287-295. <https://doi.org/10.1002/ajmg.a.36836>

Le Bas, C., Mothe, C., & Nguyen-Thi, T. U. (2015). *The differentiated impacts of organizational innovation practices on technological innovation*

persistence. European Journal of Innovation Management.
<https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/EJIM-09-2012-0085/full/html>

Lerma, H. (2016). *Metodología de la investigación propuesta, anteproyecto y proyecto.* Ediciones Ecoe.

Linares-Espinós, E., Hernández, V., Domínguez-Escrig, J. L., Fernández-Pello, S., Hevia, V., Mayor, J. & Ribal, M. J. (2018). *Methodology of a systematic review.* *Actas Urológicas Españolas*, 42(8), 499-506.
<https://doi.org/10.1016/j.acuroe.2018.07.002>

Ludvigsson, J. F., Håberg, S. E., Knudsen, G. P., Lafolie, P., Zoega, H., Sarkkola, C., & Norgaard, M. (2015). *Ethical aspects of registry-based research in the Nordic countries.* *Clinical epidemiology*, 7, 491.
<https://doi.org/10.2147/CLEP.S90589>

Mark Vrabel, M. L. S. (2015). *Preferred reporting items for systematic reviews and meta-analyses.* In *Oncology nursing forum*, 42(5), 552-554.
<https://doi.org/10.1188/15>

Mayo-Wilson, E., Li, T., Fusco, N., Dickersin, K., & MUDS investigators. (2018). *Practical guidance for using multiple data sources in systematic reviews and meta-analyses (with examples from the MUDS study).* *Research synthesis methods*, 9(1), 2-12.
<https://doi.org/10.1002/jrsm.1277>

Moher, D., Shamseer, L., Clarke, M., Ghersi, D., Liberati, A., Petticrew, M. & Stewart, L. A. (2015). *Preferred reporting items for systematic review and meta-analysis protocols (PRISMA-P) 2015 statement.* *Systematic reviews*, 4(1), 1-9. <https://doi.org/10.1186/2046-4053-4-1>

Munn, Z., Peters, M. D., Stern, C., Tufanaru, C., McArthur, A., & Aromataris, E. (2018). *Systematic review or scoping review? Guidance for authors when choosing between a systematic or scoping review approach.* *BMC medical research methodology*, 18(1), 1-7.
<https://doi.org/10.1186/s12874-018-0611-x>

Muñoz, G. A. D., & Espinosa, D. R. G. (2018). *La innovación: baluarte fundamental para las organizaciones.* *INNOVA Research Journal*, 3(10), 212-229. ISSN 2477-9024.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6828572>

Navarro et al., 2018. *Conceptos para entender la innovación organizacional* 1576-3420. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6360641>

- Navarro-Beltrá, M., Miquel-Segarra, S., & Font, L. L. (2020). *Análisis bibliométrico de los artículos publicados sobre relaciones públicas y redes sociales digitales en revistas indexadas en Scopus y en Web of Science*. *Sphera Publica*, 2(20), 2-26. <http://193.147.26.137/index.php/sphera-01/article/view/404/14141464>
- Ñaupas, H., Mejía, E., Novoa, E., Villagomez, A. (2014). *Metodología de la investigación cuantitativa-cualitativa y redacción de la tesis (4a ed.)*. Ediciones de la U.
- Octaviano, F. R., Felizardo, K. R., Maldonado, J. C., & Fabbri, S. C. (2015). *Semi- automatic selection of primary studies in systematic literature reviews: ¿is it reasonable?* *Empirical Software Engineering*, 20(6), 1898-1917. <https://doi.org/10.1007/s10664-014-9342-8>
- Parida, V., Sjödin, D., & Reim, W. (2019). *Reviewing literature on digitalization, business model innovation, and sustainable industry: Past achievements and future promises*. <https://www.mdpi.com/2071-1050/11/2/391>.
- Pieroni, M. P., McAlloone, T. C., & Pigosso, D. C. (2019). *Business model innovation for circular economy and sustainability: A review of approaches*. *Journal of cleaner production*, 215, 198-216. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0959652619300423>
- Planas Serralta, L. M., & Fernández de Lucio, I. *Primeras estrategias regionales de innovación en Chile*. 10.4067/S0718-27242018000200069. https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?pid=S0718-27242018000200069&script=sci_arttext&lng=en
- Porritt, K., Gomersall, J., & Lockwood, C. (2015). *JBI's systematic reviews: study selection and critical appraisal*. *AJN The American Journal of Nursing*, 114(6), 47-52. <https://doi.org/10.1097/01.NAJ.0000450430.97383.64>
- Risso, V. G. (2017). *Estudio de los métodos de investigación y técnicas de recolección de datos utilizadas en bibliotecología y ciencia de la información*. *Revista Española de Documentación Científica*, 40(2), 1-13. <https://doi.org/10.3989/redc.2017.2.1333>
- Rojas, J. J. B., & Rendón, I. C. A. (2020). *Caracterización de las publicaciones en negocios internacionales: Estudio de caso Scimago Journal & Country Rank*. *Interciencia*, 45(7), 345-351. <https://www.redalyc.org/jatsRepo/339/33963922008/33963922008>

- Rolfe, V. (2015). *A systematic review of the socio-ethical aspects of Massive Online Open Courses*. *European Journal of Open, Distance and E-learning*, 18(1), 52- 71. <https://www.ceeol.com/search/article-detail?id=848923>
- Rua, J. E. L. (2015). *Tecnología como factor de innovación en empresas colombianas*. *Revisa de Gerencia*. 20(70), 201-216. <https://www.redalyc.org/pdf/290/29040281002.pdf>
- Santillán-Aldana, J., Arakaki, M., de la Vega, A., Calderón-Carranza, M., & Pacheco-Mendoza, J. (2017). *Características generales de las revistas científicas peruanas*. *Revista Española De Documentación Científica*, 40(3), e182. <https://doi.org/10.3989/redc.2017.3.1419>
- Shokraneh, F., & Adams, C. E. (2017). *Study-based registers of randomized controlled trials: starting a systematic review with data extraction or meta-analysis*. *BiolImpacts*: BI, 7(4), 209-217. <https://doi.org/10.15171/bi.2017.25>
- Sierra Llorente, J. G., Romero Mora, B. S., & Genes Díaz, J. J. (2019). *Innovación tecnológica como factor clave en las ventajas competitivas del contexto panadero*. <https://revistas.uladech.edu.pe/index.php/increscendo/article/view/2030/1491>
- Sorescu, A. (2017). *Data-driven business model innovation*. *Journal of Product Innovation Management*, 34(5), 691-696. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/jpim.12398> ISSN: 1540-5885
- Sterne, J. A., Savović, J., Page, M. J., Elbers, R. G., Blencowe, N. S., Boutron, I., & Higgins, J. P. (2019). *Rob 2: a revised tool for assessing risk of bias in randomised trials*. *bmj*, 366(1), 1-8. <https://doi.org/10.1136/bmj.l4898>
- Urbáez (2015). *La innovación como cultura organizacional sustentada en procesos humanos*. <https://www.redalyc.org/pdf/290/29040281010.pdf>
- Vom Brocke, J., Simons, A., Riemer, K., Niehaves, B., Plattfaut, R., & Cleven, A. (2015). *Standing on the shoulders of giants: Challenges and recommendations of literature search in information systems research*. *Communications of the association for information systems*, 37(1), 9-19. <https://doi.org/10.17705/1CAIS.03709>

Wijnen, B. F. M., Van Mastrigt, G. A. P. G., Redekop, W. K., Majoie, H. J. M., De Kinderen, R. J. A., & Evers, S. M. A. A. (2016). How to prepare a systematic review of economic evaluations for informing evidence-based healthcare decisions: data extraction, risk of bias, and transferability. *Expert review of pharmacoeconomics & outcomes research*, 16(6), 723-732. <https://doi.org/10.1080/14737167.2016.1246961>

Anexo 1:

Lista de estudios

Código	Autores	Base de datos	Búsqueda de palabra clave	Año
A01	Muñoz & Espinosa	Scopus	La innovación: baluarte fundamental para las organizaciones.	2018
A02	Bernal & Rodríguez	Dialnet	Las tecnologías de la información y comunicación como factor de innovación y competitividad empresarial.	2019
A03	Acosta et al.	Scielo	Tipos de Innovación como Estrategias de Adaptación al Dinamismo de los Mercados.	2020
A04	Sorescu et al.	Scielo	Innovación del modelo de negocio impulsada por datos.	2017
A05	Geissdoerfer et al.	Fuente Academica Plus	Innovación de modelo de negocio sostenible.	2018
A06	Evans et al.	Scopus	Innovación de modelos de negocio para la sostenibilidad: hacia una perspectiva unificada para la creación de modelos de negocio sostenibles.	2017
A07	Chong et al.	Scopus	La motivación en los negocios: estrategia para estimular la innovación en los diferentes tipos de negocios.	2018
A08	Bayraktar et al.	Scielo	Estrategias competitivas, innovación y desempeño empresarial: un estudio empírico en un entorno de economía en desarrollo.	2017
A09	Rua	Scopus	Tecnología como factor de innovación en empresas colombianas.	2015
A10	Franca et al.	Scimedirect	Un enfoque de la innovación y el diseño de modelos de negocio para el desarrollo estratégico sostenible.	2017
A11	Pieroni et al.	Scopus	Innovación del modelo de negocio para la economía circular y la sostenibilidad: una revisión de enfoques.	2019
A12	Damian & Suárez	Scimedirect	Innovación de procesos en la gestión turística: Una revisión de la literatura.	2015
A13	González	Scopus	Innovación y tecnología, factores claves de competitividad empresarial. Una mirada desde lo local.	2015
A14	Baltazar	Scimedirect	Innovación para impacto: innovación empresarial para un crecimiento inclusivo.	2016
A15	Urbáez	Scimedirect	La innovación como cultura organizacional sustentada en procesos humanos.	2015
A16	Le bas et al.	Business Source Premier	Los impactos diferenciados de las prácticas de innovación organizacional sobre la persistencia de la innovación tecnológica.	2015
A17	Horvath	Scimedirect	Investigar las tendencias actuales de innovación del modelo de negocio en la industria biotecnológica.	2019
A18	Parida	Scopus	Revisión de la literatura sobre digitalización, innovación de modelos de negocio e industria sostenible: logros pasados y promesas futuras.	2019
A19	Andreassen	Dialnet	Innovación del modelo de negocio y creación de valor: la forma triádica.	2018
A20	Sierra	Scimedirect	Innovación tecnológica como factor clave en las ventajas competitivas del contexto panadero.	2019
A21	Herrera & Hidalgo	Dialnet	Dinámica de la gestión de la innovación de servicios y co-creación en empresas del sector economía digital.	2019
A22	Ali	Dialnet	Innovación en servicios empresariales basados en la nube: un modelo de gestión de riesgos.	2017
A23	Giménez	Dialnet	Capacidades competitivas para la innovación y el desempeño de las empresas constructoras españolas.	2019
A24	Planas & Fernández	Scimedirect	Primeras estrategias regionales de innovación en Chile.	2018
A25	Gatauttis	Scopus	El auge de las plataformas: perspectivas de innovación del modelo de negocio.	2017
A26	Ehrenhard	Scopus	Descubriendo cómo las empresas emergentes crean valor comercial con aplicaciones móviles: desarrollo de un ciclo de innovación empresarial habilitado para aplicaciones.	2017
A27	Breuer	Scopus	Innovación estratégica disruptiva: el camino de la innovación en el ecosistema digital.	2017
A28	Celtekligil	Scopus	Análisis del efecto de la estrategia de innovación y las turbulencias tecnológicas sobre las capacidades competitivas y la innovación organizativa en las empresas tecnológicas.	2019
A29	Castro, et al	Scopus	Propuesta de modelo de gestión de innovación para una empresa de ventas al consumidor final.	2018
A30	Navarro, et al	Dialnet	Conceptos para entender la innovación organizacional.	2018
A31	Anaya, et al.	Scopus	Una investigación sobre el papel de los sistemas de información empresarial para permitir la innovación empresarial.	2015

Nota. Artículos seleccionados de los enfoques en la matriz de categorización.

ANEXO 2:

Lista de estudios seleccionados

Código	Autores	Base de datos	Búsqueda de palabra clave	Año
A01	Muñoz & Espinosa	Scopus	La innovación: baluarte fundamental para las organizaciones.	2018
A03	Acosta et al.	Scielo	Tipos de Innovación como Estrategias de Adaptación al Dinamismo de los Mercados	2020
A04	Sorescu et al.	Scielo	Innovación del modelo de negocio impulsada por datos.	2017
A05	Geissdoerfer et al.	Fuente Académica Plus	Innovación de modelo de negocio sostenible.	2018
A06	Evans et al.	Scopus	Innovación de modelos de negocio para la sostenibilidad: hacia una perspectiva unificada para la creación de modelos de negocio sostenibles.	2017
A07	Chong et al.	Scopus	La motivación en los negocios: estrategia para estimular la innovación en los diferentes tipos de negocios	2018
A10	Franca et al.	Sciencedirect	Un enfoque de la innovación y el diseño de modelos de negocio para el desarrollo estratégico sostenible.	2017
A19	Andreassen	Dialnet	Innovación del modelo de negocio y creación de valor: la forma triádica	2018
A20	Sierra	ScienceDirect	Innovación tecnológica como factor clave en las ventajas competitivas del contexto panadero.	2019
A21	Herrera & Hidalgo	Dialnet	Dinámica de la gestión de la innovación de servicios y creación en empresas del sector economía digital.	2019
A23	Ali	Scopus	Innovación en servicios empresariales basados en la nube: un modelo de gestión de riesgos	2017
A24	Giménez	Dialnet	Capacidades competitivas para la innovación y el desempeño de las empresas constructoras españolas	2019
A25	Planas & Fernández	Sciencedirect	Primeras estrategias regionales de innovación en Chile.	2018
A26	Gatauttis	Scopus	El auge de las plataformas: perspectivas de innovación del modelo de negocio.	2017
A27	Ehrenhard	Scopus	Descubriendo cómo las empresas emergentes crean valor comercial con aplicaciones móviles: desarrollo de un ciclo de innovación empresarial habilitado para aplicaciones.	2017

Nota. Artículos seleccionados de los enfoques en la matriz de categorización.

ANEXO 3:

Tablas de Hallazgos

Matriz de Enfoque de Gestión

INNOVACIÓN EMPRESARIAL GESTIÓN				
Cod. Art.	DESCRIPCION	CATEGORÍAS	MUESTRA	HALLAZGOS
A01	Muñoz, G. A. D., & Espinosa, D. R. G. (2018). La innovación: baluarte fundamental para las organizaciones. INNOVA Research Journal, 3(10), 212-229. ISSN 2477-9024 . Recuperado de : https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6828572	Productos Y Servicios Procesos Organizacional Disruptiva	Recopilación de artículos científicos.	LIMITACIONES: La complejidad y multidisciplinariedad del conocimiento latente en las organizaciones presenta barreras y desafíos que limitan su empoderamiento. Por lo tanto, para convertirlo en una herramienta útil, es necesario clasificarlo y organizarlo de manera que sea accesible para todos los miembros de la empresa y que ellos, a su vez, lo utilicen y contribuyan al proceso de innovación constante en la industria. HALLAZGO: Si bien es cierto el autor menciona que los stakeholders son elementos determinantes y ejes centrales de la innovación, es cierto que ellos son la dirección que conllevan a las decisiones de un equipo de trabajo para una organización; pero de lo cual, debemos tener en cuenta que la innovación debe ser proyectado para decisiones claras y fundamentadas, proveniente del mando gerencial. Asimismo, con los stakeholders no existe una cooperación constructiva.
A05	Sorescu, A. (2017). Data-driven business model innovation. Journal of Product Innovation Management, 34(5), 691-696.. RECUPERADO https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/jpim.12398 ISSN: 1540-5885	Producto Proceso Crear	Recopilación de artículos científicos.	LIMITACIONES: Falta de tecnología creación de productos y procesos. Poco modelo de negocio que a menudo vencerá a una mejor idea tecnología. HALLAZGO: Sin economía las empresas no podrán mejorar he implementar tecnología por consiguiente se necesita de estrategias para generar ingresos pues a las pequeñas empresas le resulta imposible lograr mejorar.
A06	Geissdoerfer, M., Vladimirova, D., & Evans, S. Sustainable business model innovation 10.1016/j.jclepro.2018.06.240. https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0959652618318961	Innovación De Productos Y Servicios Innovación De Procesos Innovación Organizacional	Base a Artículos científicos.	LIMITACIONES: Subestimar la dificultad de expulsar a las personas de sus zonas de confort. También otra de sus limitaciones es no eliminar a los individuos poderosos que se resisten al cambio, No crear nuevas normas sociales y valores compartidos (coherente con los cambios). Y por último promover a personas a posiciones de liderazgo que no personifique el nuevo enfoque. HALLAZGO: La innovación es un conjunto de desafíos que impiden que las organizaciones innoven con éxitos o generen modelo de negocio, debido al seguimiento insuficiente de las ideas, falta de implementación de conceptos fracasan los negocios en el mercado. .
A07	Evans, S., Vladimirova, D., Hopgood, M., Van Fossen, K., Yang, M., Silva, E., & Barlow, C. Business model innovation for sustainability: Towards a unified perspective for creation of sustainable business models. 10.1002/bse.1939. https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1002/bse.1939	Innovación De Procesos Innovación Organizacional Innovación Disruptiva Modelo De Negocios Innovación Tecnológica	Recopilación de artículos científicos.	LIMITACIONES: La falta de base teórica también se refleja en el escaso número de estudios de caso y análisis empíricos en el campo. Hay una escasez de investigación empírica sobre modelos de negocio he innovación de modelos de negocio. HALLAZGO: Las empresas deben considerar la sostenibilidad empresarial que pueda minimizar el impacto ambiental y respete la comunidad.
A11	Franca, C. L., Broman, G., Robèrt, K.-H., Basile, G., & Trygg, L. (2017). An approach to business model	Producto Proceso	Recopilación de artículos científicos.	LIMITACIONES: Algunos Empresas le es limitante las inversiones y la percepción de que es alta (El costo - Inversión inicial) puede constituir un obstáculo para las ventas de estos productos de alta gama. El rápido desarrollo de la nueva tecnología LED y la falta de experiencia a largo

	<p>innovation and design for strategic sustainable development. Journal of Cleaner Production, 140, 155–166. doi:10.1016/j.jclepro.2016.06.124 . Recuperado de : https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0959652616308010</p>	Modelo De Negocio		<p>plazo del uso tiende a hacer que los clientes pospongan grandes inversiones.</p> <p>HALLAZGO: Esta investigación proponemos un nuevo enfoque del modelo de negocio de innovación y diseño para el desarrollo estratégico sostenible. El nuevo enfoque facilita, por ejemplo, negocios escalabilidad y evitación de riesgos y aclara la interacción entre el desarrollo de modelos de negocio clásicos y pensamiento estratégico de sostenibilidad. El nuevo enfoque destaca la oportunidad de nuevos negocios diseño de modelos para el éxito sostenible en el futuro, por ello este artículo científico una de sus impedimentos para poder innovación es las inversiones para poder introducir nuevos modelos de negocio.</p>
A21	<p>Sierra Llorente, J. G., Romero Mora, B. S., & Genes Díaz, J. J. (2019). Innovación tecnológica como factor clave en las ventajas competitivas del contexto panadero. ISSN: 2222-3061. Recuperado de: https://revistas.uladech.edu.pe/index.php/incremento/article/view/2030/1491</p>	<p>Innovación Radical</p> <p>Innovación De Productos Y Servicios</p> <p>Innovación De Procesos</p> <p>Innovación Organizacional</p> <p>Innovación Disruptiva</p>	22 empresas	<p>LIMITACIONES: Se encontró que la innovación tecnológica es complicada introducirla en la empresa panaderas ya que no cuenta con factores económicas y menos con la adaptación del personal pues no hay espíritu empresarial adecuado a las necesidades, no tienen cooperación entre empresas.</p> <p>HALLAZGO: Los grandes cambios escalonados son más riesgosos, más complejos y requieren de una mayor inversión, por ello las empresas con menor rentabilidad no podrían implementar esta estrategia de innovación.</p>
A22	<p>Herrera González, R. L., & Hidalgo Nuchera, A. Dinámica de la gestión de la innovación de servicios y co-creación en empresas del sector economía digital 10.22201/fca.24488410 e.2018.1802. ISSN 0186-1042. Recuperado de: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0186-10422019000200008</p>	<p>Innovación De Productos Y Servicios</p> <p>Innovación De Procesos</p> <p>Innovación Organizacional</p>	Recopilación de artículos científicos.	<p>LIMITACIONES: La creación no es un asunto de genios. Por ello una de las Limitaciones de este autor es generar un ambiente creativo, un estado de ebullición interna que promueva lo diferente.</p> <p>HALLAZGO: Por ello las empresas necesitan tener nuevas visiones y modos de resolver problemas, como contratando personal diverso esto genera diversas ideas de creación de productos, servicios, procesos, organizaciones, modelos.</p>
A23	<p>Ali, A., Warren, D., & Mathiassen, L. (2017). Cloud-based business services innovation: A risk management model. International Journal of Information Management, 37(6), 639–649. doi:10.1016/j.ijinfomgt.2017.05.008. RECUPERADO: https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0268401217301706</p>	<p>SERVICIO</p> <p>PROCESO</p>	Recopilación de artículos científicos.	<p>LIMITACIONES: La nube afecta gravemente la estructura y las interfaces de TI de una organización, lo que introduce riesgos clave relacionados con la gestión de identidades, la gobernanza, el cumplimiento, el aislamiento del software, las respuestas de seguridad, etc.</p> <p>HALLAZGO: Esta investigación habla sobre la introducción de la Nube, pues las empresas ven el ahorro de costos ya que es una de las razones principales por el cual las organizaciones desean innovar, pero estos ahorros esperados no siempre se materializan. Además, ya sea obteniendo retornos a largo o corto plazo, no todos los gerentes ven la innovación en servicios empresariales como inversión. Una razón para esto podría ser que los servicios empresariales basados en la nube requieran tiempo para el mercado: visibilidad, conciencia, aceptación y estandarización y mientras que la mayoría de los clientes pueden ver los beneficios de los servicios empresariales basados en la nube innovación, no todos están dispuestos a invertir de inmediato en servicios empresarial innovación.</p>

INNOVACIÓN EMPRESARIAL- ESTRATÉGICO

Cod. Art.	DESCRIPCIÓN	CATEGORÍAS	MUESTRA	HALLAZGOS
A13	Acosta, V., Vega, B., Gonzales, M. & Carmenate, L. Tipos de Innovación como Estrategias de Adaptación al Dinamismo de los Mercados 10.33890/innov a. v5. n3.2020.1288. ISSN: 2477-9024.	Innovación Radical Innovación De Productos Y Servicios Innovación De Procesos Innovación Organizacional Innovación Incremental Innovación Abierta	Recopilación de artículos científicos	LIMITACIONES: Sin recursos intangibles, las empresas son limitadas para manejar sus ideas, desarrollar tecnologías, fomentar sus actividades de estructuración internas. HALLAZGOS: Si bien el autor menciona que los tipos de innovación(abierta, cerrada, incremental) han permitido optimizar y lograr los procesos productivos de algunas organizaciones; pero carece indicar de cómo lograr a optar esos tipos de innovaciones, de que si todas las organizaciones a nivel mundial son aptas para estos tipos de estrategias (innovaciones) ya que es un desafío que puede ser costosa y requiere mucho tiempo para gestionar el proceso, de lo cual muchas empresas no ejercen sobre ello es porque no se deciden a realizar un cambio de cultura o abrirse a caminos externos para nuevas tecnologías y nuevas fuentes de innovación.
A35	Chong, C. B., Chong, M. B., Yulan, H., & Farias, Z. Z. (2018). La motivación en los negocios. Estrategia para estimular la innovación en los diferentes tipos de negocios. INNOVA Research Journal, 3(10.1), 17-27. ISSN: 2477-9024.	Innovación De Productos Y Servicios Innovación De Procesos Innovación Organizacional Innovación Disruptiva	Recopilación de artículos científicos	LIMITACIONES: A nivel de país, se escucha quejas sobre el carácter parcial y limitado con el que la innovación ha sido entendida y tratada. Este Carácter que, por otro lado, simplemente trata de sintetizar otras limitaciones (por otra parte, evidentes) y obstáculos que dificultan el grado de innovación de un país. Estas limitaciones son ciertas, pero lo impostergable es no cejar en la búsqueda de la superación de estas realidades. HALLAZGOS: Si bien es cierto el autor menciona como herramientas claves la motivación y satisfacción para atraer y retener a nuevos empleados con la mano de nuevas estrategias de la innovación para mejorar la exigencia de los clientes; asimismo mejorar la cultura corporativa. Pero, algo que no se abarca el autor y a la dicha realidad de que muchos países cuentan con la informalidad; asimismo se cuentan con organizaciones pymes, de lo cual la innovación como la motivación son costos que uno debe invertir y de lo cual el autor no destaca como cambiar la cultura, ya que se requiere de un buen tiempo de que la organización se adapte a los nuevos cambios. HALLAZGO 2: por finalizar en este artículo el autor no destaca como la cultura impacta en la organización pues esta requiere de un tiempo de flexibilidad, adaptación interna del personal ante los nuevos cambios de la implementación de la innovación, para poder crecer
A24	Giménez, J., Madrid-Guijarro, A., & Duréndez, A. Competitive capabilities for the innovation and performance of Spanish construction companies. 10.3390/su11195475.	Innovación De Productos Y Servicios Innovación De Procesos Innovación Organizacional Innovación Disruptiva Innovación Tecnológica	94 empresas	LIMITACIONES: La principal limitación de la investigación, se refiere al hecho que la encuesta fue respondida exclusivamente por los gerentes de las compañías. Sería aconsejable restringir las posibilidades de sesgos tomando las percepciones de empleados de diferentes niveles jerárquicos en cuenta. Los resultados mostrados en este documento no pueden generalizarse a todas las diferentes fases del ciclo económico, ya que los datos se recopilaron solo durante la recesión. HALLAZGOS: El autor menciona que el conocimiento tecnológico y la capacidad para generar innovaciones se encuentran entre los mayores factores de cualquier empresas; si bien es cierto, toda organizaciones puede innovar pero como establecerlo en tiempo de crisis o pandemia; asimismo, no se detalla que la innovación requiere de un enfoque de gestión, las organizaciones deben dejar de lado la imagen de propiedad y control del proceso de innovación y partir a caminos externos para sucesos tecnológicos y los nuevos orígenes de innovación, es investigar y hallar desafíos para examinar lo desconocido y crear las nuevas generaciones de productos o servicios ofertados por las empresas.
A27	Planas Serralta, L. M., & Fernández de Lucio, I. Primeras estrategias	Innovación De Productos Y Servicios	933 personas	LIMITACIONES: En opinión de los expertos y analistas consultados, las ERI fueron generalistas y poco selectivas porque se basaron en el consenso de actores que no llegaron a comprender bien que las estrategias significaban elegir prioridades. Asimismo, los elementos de diferenciación interregional son escasos. Abundan los elementos comunes,

regionales de innovación en Chile. 10.4067/S0718		respecto a crear condiciones habilitantes e incluyen los mismos sectores.
272420180002 00069. ISSN 0718-2724.	Innovación De Procesos	HALLAZGOS: Según la estrategia del autor sobre las estrategias regionales de la innovación ha implicado a realizar con calidad los procesos políticos; sin embargo, se debió visualizar los límites de desarrollo que coexisten en las distintas regiones, como la pobreza, uso de la tecnología, los desarrollos de sectores, la aplicación política que se desarrolla en cada lugar; con la finalidad de obtener un porcentaje de aceptabilidad más favorables.
	Innovación Organizacional	

INNOVACIÓN EMPRESARIAL- TECNOLÓGICO

Cod. Art.	DESCRIPCIÓN	CATEGORÍA S	MUESTRA A	HALLAZGOS
A69	Andreassen, T. W., Lervik-Olsen, L., Snyder, H., Van Riel, A. C. R., Sweeney, J. C., & Van Vaerenbergh, Y. (2018). Business model innovation and value-creation: the triadic way. Journal of Service Management. doi:10.1108/josm-05-2018-0125. RECUPERADO: https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/JOSM-05-2018-0125/full/html ISSN: 17575818	Modelo De Negocio	Recopilación de artículos científicos	LIMITACIONES: El crecimiento de las organizaciones basadas en los modelos T representa algunos desafíos importantes para el campo de investigación de servicios. Muchos marcos y modelos de marketing y gestión de servicios han sido desarrollados para modelos M. Sin embargo, estos marcos y modelos pueden resultar ser limitados en sus diversos contextos definidos. HALLAZGOS: Lo que el autor quiere plasmar es que el valor se cree y potencialmente se debe cambiar de un modelo M a un modelo T; de lo cual se ha abarcado en los distintos niveles importantes de una organización; lo cual indica que aumentara un 33 por ciento en el autoempleo para los modelos T, pero no resalta de que muchas empresas optan por no emplear a trabajadores; asimismo puede incurrir en perder el control de los empleados subcontratados incluso no se respetaría las normas de empleo.
A17	Gatauttis, R. The rise of the platforms: Business model innovation perspectives 10.5755/j01.ee.28.5.19579. https://www.inzeko.ktu.lt/index.php/EE/article/view/19579	Innovación Radical Innovación De Productos Y Servicios Innovación Organizacional	Recopilación de artículos científicos	LIMITACIONES: Las plataformas son como organismo vivo desarrollándose según las necesidades del usuario. Si las plataformas que no se adhieren a esta "tecnología digital limitan a la empresa y al fracasa a largo plazo. HALLAZGOS: El autor destaca que las empresas necesitan evaluar cuidadosamente estas oportunidades. de cómo son las plataformas ganando más poder de mercado, esto trae serias consideraciones para las empresas qué tipo de relaciones; ello no nos menciona el tipo de riesgo al momento de optar con esas plataformas, ya que estamos en un mundo tecnológico donde la información privada de toda organización puede ser vista por los competidores.
A41	Ehrenhard, M., Wijnhoven, F., van den Broek, T., & Stagno, M. Z. (2017). Unlocking how start-ups create business value with mobile applications: Development of an App-enabled Business Innovation Cycle. Technological forecasting and social change, 115, 26-36. ISSN: 1873-5509 RECUPERADO: https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S004016251630292X	Innovación De Productos Y Servicios Innovación Organizacional Innovación Tecnológica	Recopilación de artículos científicos	LIMITACIONES: La primera limitación se refiere a la validez externa de la muestra utilizada. Los resultados de este estudio se basan en una muestra de ocho empresas emergentes en los Países Bajos. Las diferencias, por ejemplo, en las normas y regulaciones nacionales o en la cultura. HALLAZGOS: Según el autor indica que para adquirir los fondos necesarios, los empresarios deben utilizar su capital de riesgo y así establecerán fuentes de ingresos; de lo cual en la actualidad es complicado que las organizaciones empleen su capital de riesgo y a su vez no todas las empresas se encuentran preparadas o capacidades para realizar la implementación de tecnologías o plataformas tecnológicas ya que puede implicar un riesgo y solo pueden estar listas para las empresas con mayor capacidad de recursos.

Nota. Cuadro de hallazgos enfocados en las discusiones.

ANEXO 4

Rejilla de revisiones sistemáticas

CÓD	AUTOR	REFERENCIA	TÍTULO	BASE DE DATOS	AÑO MUESTRA	HALLAZGOS	RECOMENDACIONES	LIMITACIONES DE ESTUDIO
A01	Muñoz & Espinosa	Muñoz, G. A. D., & Espinosa, D. R. G. (2018). La innovación: baluarte fundamental para las organizaciones. INNOVA Research Journal, 3(10), 212-229. ISSN 2477-9024.	La innovación: baluarte fundamental para las organizaciones	Dialnet	2018	Se concluyó, que la innovación es una necesidad en el entorno actual que envuelve a las organizaciones; por tanto, todos los esfuerzos deben ir enfocados en gestionar la innovación de manera que permita envolver a las organizaciones con los gerentes visionarios con las capacidades de innovar, dirigir y desarrollar el talento humano, generando el crecimiento sostenible de las empresas.	Por último, recomendaron que la innovación debe implantarse en la organización siguiendo un proceso sistemático, tomando en cuenta los factores que dificultan su ejecución y pueden mermar de alguna manera la capacidad innovadora de la empresa.	Limitaciones: La complejidad y multidisciplinariedad del conocimiento latente en las organizaciones presenta barreras y desafíos que limitan su empoderamiento. Por lo tanto, para convertirlo en una herramienta útil, es necesario clasificarlo y organizarlo de manera que sea accesible para todos los miembros de la empresa y que ellos, a su vez, lo utilicen y contribuyan al proceso de innovación constante en la industria.
A04	Acosta et al.	Acosta, V., Vega, B., Gonzales, M. & Carmenate, L. Tipos de Innovación como Estrategias de Adaptación al Dinamismo de los Mercados. 10.33890/innova.v5.n3.2020.1288. ISSN: 2477-9024.	Tipos de Innovación como Estrategias de Adaptación al Dinamismo de los Mercados.	Dialnet	2020	Por ende, concluyeron que las empresas emplean mayoritariamente el tipo de innovación incremental, seguida de la innovación abierta y la innovación radical para responder a los cambios del entorno, mejorar el aprendizaje y aprovechar las oportunidades de los mercados globales.	Por último, recomendaron a las empresas la implementar la innovación abierta ya que es una estrategia para defender la innovación, pero realmente innovaron en otro. Estos resultados muestran que existen errores de percepción entre los diferentes tipos de innovación, cuando el empresario clasifica la innovación desarrollada.	Además, aunque en este cuadrante se agruparon las empresas que realmente innovaron, hubo casos en que las empresas respondieron que innovaron en un tipo específico de innovación, pero realmente innovaron en otro. Estos resultados muestran que existen errores de percepción entre los diferentes tipos de innovación, cuando el empresario clasifica la innovación desarrollada.
A05	Sorescu et al.	Sorescu, A. (2017). Data-driven business model innovation. Journal of Product Innovation Management, 34(5), 691-696.	Innovación del modelo de negocio impulsada por datos.	SCOPUS	2017	concluyó que la Big Data ofrece muchas oportunidades para actualizar y crear modelos de negocio digitales que proporcionan accesibilidad, eficiencia y permiten que nuevas estructuras se desarrollen en los modelos de las organizaciones, en vez de estructuras tradicionales.	Por último, recomendaron implementar el big data en las empresas ya que permite ofrecer un nuevo producto o servicio y se dejan algunas sugerencias para trabajos futuros.	Limitaciones: Falta de tecnología creación de productos y procesos. Poco modelo de negocio que a menudo vencerá a una mejor idea tecnología.

ANEXO 4

Rejilla de revisiones sistemáticas

CÓD	AUTOR	REFERENCIA	TÍTULO	BASE DE DATOS	AÑO	MUESTRA	HALLAZGOS	RECOMENDACIONES	LIMITACIONES DE ESTUDIO
A06	Geissdoerfer et al.	Geissdoerfer, M., Vladimirova, D., & Evans, S. Sustainable business model innovation 10.1016/j.jclepro.2018.06.240.	Innovación de modelo de negocio sostenible.	ScienceDirect	2018	NO MENCIONA	Por consiguiente, concluirán que la innovación hará que el concepto de modelos de negocio no sostenibles sea obsoleto y los modelos comerciales eventualmente reemplazarán la noción de modelos comerciales, el modelo de negocio genera ventaja competitiva sostenible.	Para finalizar, recomendamos que las organizaciones innoven modelos de negocio, ya que ayudan a las organizaciones a cerrar la brecha entre el diseño.	Subestimar la dificultad de expulsar a las personas de sus zonas de confort. También otra de sus limitaciones es no eliminar a los individuos poderosos que se resisten al cambio, No crear nuevas normas sociales y valores compartidos (coherente con los cambios). Y por último promover a personas a posiciones de liderazgo que no personifique el nuevo enfoque.
A07	Evans et al.	Evans, S., Vladimirova, D., Holgado, M., Van Fossen, K., Yang, M., Silva, E., & Barlow, C. Business model innovation for sustainability: Towards a unified perspective for creation of sustainable business models. 10.1002/bse.1939.	Innovación de modelos de negocio para la sostenibilidad : hacia una perspectiva unificada para la creación de modelos de negocio sostenibles.	WILEY	2017	Recopilación de Artículos científico s.	concluyeron que la innovación viene dando incertidumbre de impacto a las empresas ya que deben demostrarse como modelos de impacto en lo ambiental, económico y social para los mercados actuales.	recomendaron que la éxito empresarial es comprender su situación actual, adaptarlo al mercado y proyectarlo a un futuro nuevo, tomando en cuenta como estrategia un modelo empresarial de innovación, con el fin de desarrollar nuevos modelos de negocios a través de la experimentación.	La falta de base teórica también se refleja en el escaso número de estudios de caso y análisis empíricos en el campo. Hay una escasez de investigación empírica sobre modelos de negocio he innovación de modelos de negocio.
A08	Chong et al.	Chong, C. B., Chong, M. B., Yulan, H., & Farias, Z. Z. (2018). La motivación en los negocios. Estrategia para estimular la innovación en los diferentes tipos de negocios. INNOVA Research Journal, 3(10.1), 17-27. ISSN: 2477-9024.	La motivación en los negocios: estrategia para estimular la innovación en los diferentes tipos de negocios.	DIALNET	2018	Recopilación de Artículos científico s.	concluyeron que la motivación produce diversos enfoques que abarcan desde las teorías de la motivación humana, la motivación en el trabajo, hasta teorías de la motivación más específicas, por ello la motivación influye mucho en la innovación que ayuda a las organizaciones a alcanzar la meta del crecimiento económico.	recomendaron a las empresas tomar importancia la motivación en la creación de nuevas ideas, invención de productos, implementación de procesos productivos de calidad e modernización organizacional que impactan en el mercado, pues la innovación aumenta la capacidad productiva, mejora la flexibilidad de productos, reduce los costos, reduce los gastos de energía por unidad de producto y mejora el medio ambiente y por finalizar satisfacen las necesidades de los clientes transformando a las empresas.	A nivel de país, se escuchan quejas sobre el carácter parcial y limitado con el que la innovación ha sido entendida y tratada. Este Carácter que, por otro lado, simplemente trata de sintetizar otras limitaciones (por otra parte, evidentes) y obstáculos que dificultan el grado de innovación de un país. Estas limitaciones son ciertas, pero lo impostergable es no cejar en la búsqueda de la superación de estas realidades, para lo cual, como señala Seeley P.19

ANEXO 4

Rejilla de revisiones sistemáticas

ÓD	AUTOR	REFERENCIA	TITULO	BASE DE DATOS	AÑO	MUESTRA	HALLAZGOS	RECOMENDACIONES	LIMITACIONES DE ESTUDIO
11	Franca et al.	Franca, C. L., Broman, G., Robert, K.-H., Basile, G., & Trygg, L. (2017). An approach to business model innovation and design for strategic sustainable development. <i>Journal of Cleaner Production</i> , 140, 155–166. doi: 10.1016/j.jclepro.2016.06.124.	Un enfoque de la innovación y el diseño de modelos de negocio para el desarrollo estratégico sostenible.	SCOPUS	2017	Recopilación de Artículos científicos.	Concluyeron que la innovación del modelo es una palanca fundamental para la sustentabilidad organizacional ya que genera ingresos y posicionamiento en el mercado competitivo.	Recomendaron a las empresas integrar la estrategia de innovación de modelo de negocios ya que genera sostenibilidad también alianza e integración social generando un panorama más amplio y más realista para proporcionar un nuevo enfoque en nuevas asociaciones potenciales ya que es importante para el éxito empresarial y la falta de experiencia a largo plazo del uso tiende a hacer que los clientes pospongan grandes inversiones.	Algunas Empresas le es limitante las inversiones y la percepción de que es alta (El costo - Inversión inicial) puede constituir un obstáculo para las ventas de estos productos de alta gama. El rápido desarrollo de la nueva tecnología LED y la falta de experiencia a largo plazo del uso tiende a hacer que los clientes pospongan grandes inversiones.
20	Andrea Olsen, L., Snyder, H., Van Riel, A. C. R., Sweeney, J. C., & Van Vaerenbergh, Y. (2018). Business model innovation and value-creation: the triadic way. <i>Journal of Service Management</i> . doi:10.1108/josm-05-2018-0125. ISSN: 17575818	Innovación del modelo de negocio y creación de valor: la forma triádica	SCIENCEDirect	2018	Recopilación de Artículos científicos.	Se concluyó, que las organizaciones modelo T son exitosas ya que estas adoptan nuevas tecnologías y técnicas de marketing desarrolladas recientemente que les ayudan continuamente a mejorar sus propuestas de valor tanto para los proveedores como para los clientes.	Se recomendó, que investigaciones futuras tomen importancia la innovación enfocada en el modelo de negocios ya que genera ventajas competitivas, pues permiten identificar oportunidades de mejora e innovación en la forma en que llevan a cabo los negocios.	Se limitará a una serie de desafíos de realizar negocios a través de un modelo T. Mientras que otros desafíos pueden ser identificado, este documento se centra en un pequeño número para el que se ofrecen perspectivas de futuro, por razones de parsimonia.	
21	Sierra Romero Mora, B. S., & Genes Diaz, J. J. (2019). Innovación tecnológica como factor clave en las ventajas competitivas del contexto panadero. ISSN: 2222-3061.	Innovación tecnológica como factor clave en las ventajas competitivas del contexto panadero.	Emerging Sources Citation Index, Scopus	2019	Recopilación de Artículos científicos.	concluyeron que el cambio que fomenta las tecnologías ha causado una transformación conveniente, la globalización del conocimiento y de los negocios han ampliado el acceso de los clientes y los usuarios a los bienes y servicios de igual forma.	Recomendaron que las organizaciones deben aumentar su capacidad de gestión de innovación, esto quiere decir, a mayor tamaño el índice de gestión de innovación y los subíndices relacionados con la creación tienden a desarrollarse.	Se encontró que la innovación tecnológica es complicada introducirla en las empresas panaderas ya que no cuenta con factores económicos y menos con la adaptación del personal pues no hay espíritu empresarial adecuado a las necesidades, no tienen cooperación entre empresas.	

ANEXO 4

Rejilla de revisiones sistemáticas

CÓD	AUTOR	REFERENCIA	TÍTULO	BASE DE DATOS	AÑO	MUESTRA	HALLAZGOS	RECOMENDACIONES	LIMITACIONES DE ESTUDIO
A22	Herrera & Hidalgo	Herrera González, R. L., & Hidalgo Nuchera, A. Dinámica de la gestión de la innovación de servicios y co-creación en empresas del sector economía digital 10.22201/fca.24488410e.2018.1802. ISSN 0186-1042.	Dinámica de la gestión de la innovación de servicios y co-creación en empresas del sector economía digital.	Scopus	2019	Recopilación de Artículos científicos.	concluyeron que el cambio que fomenta las tecnologías ha causado una transformación conveniente, la globalización del conocimiento y de los negocios han ampliado el acceso de los clientes y los usuarios a los bienes y servicios de igual forma.	que las organizaciones deben aumentar su capacidad de gestión de la innovación, esto quiere decir, a mayor tamaño el índice de gestión de innovación y los subíndices relacionados con la creación tienden a desarrollarse.	Limitación: La creación no es un asunto de genios. Por ello una de las Limitaciones de este autor es generar un ambiente creativo, un estado de ebullición interna que promueva lo diferente.
A23	Ali	Ali, A., Warren, D., & Mathiassen, L. (2017). Cloud-based business services innovation: A risk management model. <i>International Journal of Information Management</i> , 37(6), 639–649. doi: 10.1016/j.ijinfomgt.2017.05.008.	Innovación en servicios empresariales basados en la nube: un modelo de gestión de riesgos.	SCOPUS	2017	Recopilación de Artículos científicos.	Se concluyó que la gestión en la innovación de servicios empresariales basados en la nube ayuda a que la gestión sea más efectiva y ser una empresa innovadora.	recomendaron a las empresas implementar la nube como una plataforma de innovación, ya que ofrece nuevas y significativas oportunidades para interrumpir y transformar organizaciones brindándole un acceso rico en soluciones para reducir las barreras de la tecnología de la información y la transformación empresarial.	La nube afecta gravemente la estructura y las interfaces de TI de una organización, lo que introduce riesgos clave relacionados con la gestión de identidades, la gobernanza, el cumplimiento, el aislamiento del software, las respuestas de seguridad, etc.
A24	Giménez	Giménez, J., Madrid-Guijarro, A., & Duréndez, A. Competitive capabilities for the innovation and performance of Spanish construction companies. 10.3390/su11195475.	Capacidades competitivas para la innovación y el desempeño de las empresas constructoras españolas.	SCOPUS	2019	Recopilación de Artículos científicos.	concluyeron que la innovación hará que el concepto de modelos de negocio no sostenibles sea obsoleto y los modelos comerciales sostenibles eventualmente reemplazarán la noción de modelos comerciales, el modelo de negocio genera ventaja competitiva sostenible.	que las organizaciones innoven modelos de negocio, ya que ayudan a las organizaciones a cerrar la brecha entre el diseño.	La principal limitación de la investigación, se refiere al hecho que la encuesta fue respondida exclusivamente por los gerentes de las compañías. Sería aconsejable restringir las posibilidades de sesgos tomando las percepciones de empleados de diferentes niveles jerárquicos en cuenta. Los resultados mostrados en este documento no pueden generalizarse a todas las diferentes fases del ciclo económico, ya que los datos se recopilaban solo durante la recesión.

ANEXO 4

Rejilla de revisiones sistemáticas

CÓD	AUTOR	REFERENCIA	TITULO	BASE DE DATOS	AÑO	MUESTRA	HALLAZGOS	RECOMENDACIONES	LIMITACIONES DE ESTUDIO
A25	Planas & Fernández	Planas Serralta, L. M., & Fernández de Lucio, I. Primeras estrategias regionales de innovación en Chile. 10.4067/S0718-27242018000200069. ISSN 0718-2724.	Primeras estrategias regionales de innovación en Chile.	SciELO	2018	Recopilación de Artículos científicos.	concluyeron que las estrategias de innovación atribuyen a un rol coordinador para impulsar y dinamizar nuevos procesos de innovación vinculados a la economía regional y a las decisiones de inversión.	recomendaron para futuras investigaciones tomar como guía este artículo científico, para mejorar las intervenciones y publicar en la reformulación de las estrategias en estas y otras investigaciones con sistemas de innovación poco desarrolladas.	En opinión de los expertos y analistas consultados, las ERI fueron generalistas y poco selectivas porque se basaron en el consenso de actores que no llegaron a comprender bien que las estrategias significaban elegir prioridades. Asimismo, los elementos de diferenciación interregional son escasos. Abundan los elementos comunes, respecto a crear condiciones habilitantes e incluyen los mismos sectores económicos.
A26	Gatautis	Gatautis, R. The rise of the platforms: Business model innovation perspectives 10.5755/j01.ee.28.5.19579.	El auge de las plataformas: perspectivas de innovación del modelo de negocio.	SCOPUS	2017	Recopilación de Artículos científicos.	Concluyeron que las plataformas vuelven cada vez más innovadoras e importantes y según diferentes pronósticos, las organizaciones requieren modelos de negocio para aprovechar las oportunidades.	recomendaron que toda organización debe contar o realizar una plataforma digital como base estratégico, generando conectividad.	Este documento explora conceptos de innovación de plataforma y modelo de negocio para comprender cómo la plataforma puede contribuir al negocio de las empresas modelos de innovaciones.
A27	Ehrenhard	Ehrenhard, M., Wijnhoven, F., van den Broek, T., & Stagno, M. Z. (2017). Unlocking how start-ups create business value with mobile applications: Development of an App-enabled Business Innovation Cycle. Technological forecasting and social change. 115. 26-36. ISSN: 1873-5509.	Descubriendo cómo las empresas emergentes crean valor comercial con aplicaciones móviles: desarrollo de un ciclo de innovación empresarial habilitado para aplicaciones.	SCIENCEDIRECT	2017	Recopilación de Artículos científicos.	concluyeron que el sistema de plataformas, crea oportunidades económicas, por ello la innovación empresarial ayuda al crecimiento y evalúa el valor del cliente.	recomendaron que el análisis de este artículo para futuras investigaciones ya que revela que el uso de aplicaciones ayuda a asociarse con los negocios competitivos, automatizando las aplicaciones y creando valor a través de la entrega de la propuesta, también crea soluciones nuevas o mejoradas, resultando un valor para el cliente, generando el crecimiento del negocio.	Hay dos limitaciones de investigación para este estudio. La primera limitación se refiere a la validez externa de la muestra utilizada. Los resultados de este estudio se basan en un muestra de ocho empresas emergentes en los Países Bajos. Diferencias en, por ejemplo, nacional Las reglas y la regulación o la cultura empresarial podrían resultar en diferentes procesos de creación de valor. Además, los casos no se seleccionaron para ser representativos de todos Start-ups habilitadas para aplicaciones.

ANEXO 5

Rejilla de revisiones sistemáticas y sus categorías

CÓDIGO	AUTOR	REFERENCIA	TÍTULO	BASE DE DATOS	AÑO	MUESTRA	HALLAZGOS	RECOMENDACIONES	LIMITACIONES DE ESTUDIO	PERTINENCIA DE LA FUENTE	CATEGORÍA	INNOVACION	INNOVACION	INNOVACION
A01	Muñoz & Espinosa	Muñoz, G. A. D., & Espinosa, D. R. G. (2018). La innovación: baluarte fundamental para las organizaciones. INNOVA Research Journal, 3(10), 212-229. ISSN 2477-9024.	La innovación: baluarte fundamental para las organizaciones	Dialnet	2018	Recolección de artículos científicos	Se concluyó, la innovación es una necesidad actual que envuelve a las organizaciones; por tanto, todos los esfuerzos deben ir enfocados en gestionar la innovación de manera que permita involucrar a las organizaciones con gerentes visionarios con capacidades de innovar, dirigir y desarrollar el talento humano, generando crecimiento sostenible de las empresas.	Por último, se recomendaron que la innovación debe implantarse en la organización siguiendo un proceso sistematizado, tomando en cuenta los factores que dificultan la ejecución y pueden mermar la capacidad innovadora de la empresa.	Limitaciones: La complejidad y multidisciplinariedad del conocimiento en las organizaciones presenta barreras y desafíos que limitan su empoderamiento. Por lo tanto, para convertirlo en una herramienta útil, es necesario clasificarlo y organizarlo de manera que sea accesible para todos los miembros de la empresa y que ellos, a su vez, lo utilicen y contribuyan al proceso de innovación constante en la industria.	Las empresas deben entender, que más importante que tener un número alto de ideas "innovadoras", deben tener de la capacidad de comprensión para transformar esas ideas en verdaderos productos y servicios nuevos.	INNOVACION DE PRODUCTOS Y SERVICIOS: Se refieren a la puesta en práctica de nuevos métodos de organización. Son cambios significativos en los procesos de producción, logística o distribución. (p.218)	INNOVACION ORGANIZACIONAL: La innovación organizacional es la menos entendida; solo la mitad de las empresas que contestaron en este tipo, lo hizo realmente. Además, las pequeñas empresas tienen a la tasa de error más baja, aproximadamente de seis de cada 10 empresas que reportaron innovaciones realmente lo hicieron. Finalmente, las empresas del sector de minas y canteras tienen la mayor dificultad de identificar si sus nuevos procesos o innovación podría resultar, y si realmente lo desarrollado es efectivamente una innovación. (p.408)	INNOVACION DE PRODUCTOS Y SERVICIOS: Se refieren a la puesta en práctica de nuevos métodos de organización. Son cambios significativos en los procesos de producción, logística o distribución. (p.218)	INNOVACION ORGANIZACIONAL: La innovación organizacional es la menos entendida; solo la mitad de las empresas que contestaron en este tipo, lo hizo realmente. Además, las pequeñas empresas tienen a la tasa de error más baja, aproximadamente de seis de cada 10 empresas que reportaron innovaciones realmente lo hicieron. Finalmente, las empresas del sector de minas y canteras tienen la mayor dificultad de identificar si sus nuevos procesos o innovación podría resultar, y si realmente lo desarrollado es efectivamente una innovación. (p.408)
A04	Acosta et al.	Acosta, obstáculos. (, B., Gonzales, M. & Carmenate, L. Tipos de Innovación como Estrategias de Adaptación al Dinamismo de los Mercados 10.33890/innovav5.n3.2020.1288 . ISSN: 2477-9024.	Tipos de Innovación como Estrategias de Adaptación al Dinamismo de los Mercados	Dialnet	2020	Recolección de artículos científicos	Por ende, se concluyó que las empresas emplean mayoritariamente la innovación de tipo incremental, seguida de la innovación abierta y la innovación radical para responder a los cambios del entorno, mejorando el aprendizaje y aprovechar las oportunidades de los mercados globales.	Por último, se recomendaron a las empresas, defender la competitividad de las empresas, generando ventajas en el aprendizaje y aprovechar las oportunidades de los mercados globales.	Además, aunque en este cuadrante se agruparon empresas que realmente innovaron, hubo casos en que las empresas respondieron un tipo específico de innovación, pero realmente innovaron en otro. Estos resultados muestran que existen errores de percepción entre los diferentes tipos de innovación, cuando el empresario la clasifica la innovación desarrollada.	Las empresas deben entender, que más importante que tener un número alto de ideas "innovadoras", deben tener de la capacidad de comprensión para transformar esas ideas en verdaderos productos y servicios nuevos.	INNOVACION DE PRODUCTOS Y SERVICIOS: Se refieren a la puesta en práctica de nuevos métodos de organización. Son cambios significativos en los procesos de producción, logística o distribución. (p.218)	INNOVACION ORGANIZACIONAL: La innovación organizacional es la menos entendida; solo la mitad de las empresas que contestaron en este tipo, lo hizo realmente. Además, las pequeñas empresas tienen a la tasa de error más baja, aproximadamente de seis de cada 10 empresas que reportaron innovaciones realmente lo hicieron. Finalmente, las empresas del sector de minas y canteras tienen la mayor dificultad de identificar si sus nuevos procesos o innovación podría resultar, y si realmente lo desarrollado es efectivamente una innovación. (p.408)	INNOVACION DE PRODUCTOS Y SERVICIOS: Se refieren a la puesta en práctica de nuevos métodos de organización. Son cambios significativos en los procesos de producción, logística o distribución. (p.218)	INNOVACION ORGANIZACIONAL: La innovación organizacional es la menos entendida; solo la mitad de las empresas que contestaron en este tipo, lo hizo realmente. Además, las pequeñas empresas tienen a la tasa de error más baja, aproximadamente de seis de cada 10 empresas que reportaron innovaciones realmente lo hicieron. Finalmente, las empresas del sector de minas y canteras tienen la mayor dificultad de identificar si sus nuevos procesos o innovación podría resultar, y si realmente lo desarrollado es efectivamente una innovación. (p.408)

ANEXO 5

Rejilla de revisiones sistemáticas y sus categorías

CÓD	AUTOR	REFERENCIA	TÍTULO	BASE DE DATOS	AÑO	MUESTRA	HALLAZGOS	RECOMENDACIONES	LIMITACIONES DE ESTUDIO	PERTINENCIA DE LA FUENTE	CATEGORIA			
A05	Sorescu et al.	Sorescu, A. (2017). Data-driven business model innovation. Journal of Product Innovation Management, 34(5), 691-696. ISSN: 1540-5885	Innovación del modelo de negocio impulsada por datos.	SCOPUS	2017	Recopilación de artículos científicos	concluyó que la Big Data ofrece muchas oportunidades para actualizar y crear modelos de negocio digitales que proporcionan accesibilidad, eficiencia y permiten nuevas estructuras de desarrollo en los modelos de las organizaciones, en vez de estructuras tradicionales.	Por último, recomendaron implementar el big data en las empresas ya que permite ofrecer un nuevo producto o servicio y se dejan algunas sugerencias para trabajos futuros.	Limitaciones: Falta tecnología creación productos y modelo negocio que a menudo vencerá a una mejor idea tecnológica.	los modelos comerciales e importan para un mejor modelo de negocio a menudo vencerá a una mejor idea tecnológica.	PROCESOS: Es el apoyo a una empresa que cree valor para sus clientes; desarrollo de consumidores y ganancias como se apropia de este valor. Es la organización, el valor propuesto con el fin de sobre un concepto de marketing por ninguna excelencia, de lo cual es incluido a los consumidores del modelo de negocio (P. 1)	PRODUCTOS: necesita generar un cambio en la creación de valor, apropiación de valor o función de entrega de una empresa que daría lugar a una mejora significativa propuesta de valor.P.1	RADICAL: sugieren a una empresa que cree valor para sus clientes; desarrollo de consumidores y ganancias como se apropia de este valor. Es la organización, el valor propuesto con el fin de sobre un concepto de marketing por ninguna excelencia, de lo cual es incluido a los consumidores del modelo de negocio (P. 1)	
A06	Geissdoerfer et al.	Geissdoerfer, M., Vladimirova, D., & Evans, S. Sustainable business model innovation.	Innovación de modelo de negocio sostenible	ScienceDirect	2018	NO MENCIONA	Por consiguiente, concluyeron que la innovación hará que el concepto de modelos de negocio sostenibles y los modelos comerciales eventualmente reemplazarán la noción de modelos comerciales, el modelo de negocio genera ventaja competitiva sostenible.	Para finalizar, recomendaron que las organizaciones no innoven modelos de negocio, ya que ayudan a las organizaciones a cerrar la brecha entre el diseño.	Subestimar la dificultad de expulsar a las personas de sus zonas de confort. También otra limitación es no eliminar a los individuos poderosos que se resisten al cambio. No crear nuevas normas sociales y valores compartidos (coherente con los cambios). Y por último promover a personas a posiciones de liderazgo que no personifique el nuevo enfoque.	La capacidad de moverse rápida y extensamente hacia nuevos modelos de negocios es una fuente importante de ventaja competitiva y un apalancamiento clave para mejorar el desempeño de sostenibilidad de organizaciones. Sin embargo, la investigación sugiere que muchas innovaciones de negocio fracasan. A pesar de la importancia del tema, las razones del fracaso son relativamente inexploradas, y no hay revisión de la literatura sobre innovación del modelo de negocio sostenible.	INNOVACION DE PROCESOS: sostenible apuntan específicamente a incorporar valor sostenible y una gestión proactiva a las organizaciones de una amplia gama de las partes interesadas en el modelo de negocio. (P.407)	INNOVACION DE PRODUCTO Y SERVICIOS. Son estrategias que comprenden: maximizar la eficiencia energética y de materiales; recursos; renovables y procesos; ofrecer funcionalidad en lugar de propiedad; adoptar un papel de mayordomía; fomentar la suficiencia; reutilizar para la sociedad o el medio ambiente; creación de valor inclusivo; y Desarrollar soluciones de escalamiento sostenibles. (p.406)	INNOVACION DE PROCESOS: sostenible apuntan específicamente a incorporar valor sostenible y una gestión proactiva a las organizaciones de una amplia gama de las partes interesadas en el modelo de negocio. (P.407)	INNOVACION ORGANIZACIONAL. En consecuencia, el propósito de la investigación es para ayudar a las organizaciones a cerrar la brecha de diseño- implementación de una innovación organizacional del modelo de negocio sostenible. (P.410)

Rejilla de revisiones sistemáticas y sus categorías

CÓDIGO	AUTOR	REFERENCIA	TÍTULO	BASE DE DATOS	AÑO	MUESTRA	HALLAZGOS	RECOMENDACIONES	LIMITACIONES DE ESTUDIO	PERTINENCIA DE LA FUENTE	PRODUCTOS Y SERVICIOS	PROCESOS: NEGOCIO:	CATEGORIA
A11	Franca et al.	Franca, C. L., Broman, G., Robèrt, K.-H., Basile, G., & Trygg, L. (2017). An approach to business model innovation and design for strategic sustainable development. <i>Journal of Cleaner Production</i> , 140, 155–166. doi: 10.1016/j.jclepro.2016.06.124.	Un enfoque de la innovación y el diseño de modelos de negocio para el desarrollo estratégico sostenible.	SCOPUS	2017	Recopilación de Artículos científicos	Concluyeron que la innovación es una palanca fundamental para la sustentabilidad organizacional ya que genera ingresos y posicionamiento en el mercado competitivo.	Recomendaron a las empresas integrar la estrategia de innovación de modelo de negocios ya que genera sostenibilidad también alianza e integración social un panorama más amplio y más realista para proporcionar un nuevo enfoque en las asociaciones ya que es importante para el éxito empresarial pues genera competitividad ante el mercado.	Algunas Empresas le es limitante las inversiones y la percepción de que es alta (El costo - Inversión inicial) puede constituir un obstáculo para las ventas de estos productos de alta gama. El rápido desarrollo de la nueva tecnología LED y la falta de experiencia a largo plazo del uso tiende a hacer que los clientes pospongan grandes inversiones.	Es importante destacar que el modelo se basa en la literatura. Debido al ritmo del cambio en la tecnología y arquitecturas comerciales, algunos de los detalles del modelo pueden necesitar mayor desarrollo en el futuro.	PRODUCTOS Y SERVICIOS: Es el diseño de nuevos negocios, son modelos con una mayor fuente de venta competitiva.(p.1 57).	PROCESOS: pueden fortalecerse con un enfoque de sostenibilidad y generan nuevos conocimientos que integran las estrategias de acciones de sostenibilidad no es solo posible, pero se considera necesario para que las empresas sean competitivas. p.157	
A20	Andreasen	Andreasen, T. W., Lervik-Olsen, L., Snyder, H., Van Riel, A. C. R., & Sweeney, J. C., & Van Vaerenbergh, Y. (2018). Business model innovation and value-creation: the triadic way. <i>Journal of Service Management</i> . doi:10.1108/josm-05-2018-0125. ISSN: 17575818	Innovación del modelo de negocio y de valor: la forma triádica	SCIENC EDirect	2018	Recopilación de Artículos científicos	Se concluyó, que las organizaciones modelo T son exitosas ya que estas adoptan nuevas tecnologías y técnicas de marketing desarrolladas recientemente que les ayudan continuamente a mejorar sus propuestas de valor tanto para los proveedores como para los clientes.	Se recomendó, que se investigaran futuras innovaciones enfocada en el modelo de negocios ya que genera ventajas competitivas, pues permiten identificar oportunidades de mejora e innovación en la forma en que llevan a cabo los negocios.	Se limitará a una serie de desafíos de realizar los negocios a través de un modelo T. Mientras que otros desafíos pueden ser identificados, este documento se centra en un pequeño número para el que se ofrecen perspectivas de futuro, por razones de parsimonia.	El crecimiento de las organizaciones basadas en T permite identificar oportunidades para el campo de investigación de innovación en la forma en que muchos modelos de marketing y gestión de servicios han sido desarrollados para negocios. Sin embargo, estos como "el diseño de marcos y modelos o arquitecturas pueden resultar ser de los mecanismos de creación, Por ejemplo, el marco de la cadena servicio-captura de valor beneficio (p.3).	MODELO DE NEGOCIO: les permite identificar oportunidades de mejora y de innovación en la forma en que llevan a cabo sus negocios. Un modelo de negocio se puede definir como "el diseño o arquitectura de los mecanismos de creación, y entrega de valor (p.3).		

Rejilla de revisiones sistemáticas y sus categorías

CÓDIGO	AUTOR	REFERENCIA	TÍTULO	BASE DE DATOS	AÑO	MUESTRA	HALLAZGOS	RECOMENDACIONES	LIMITACIONES DE ESTUDIO	PERTINENCIA DE LA FUENTE	INNOVACIÓN RADICAL	INNOVACIÓN DE PRODUCTOS Y PROCESOS	CATEGORIA		
A21	Sierra Lorente, J. G., Romero Mora, B. S., & Genes Diaz, J. J.	Emerging Sources Citation Index, Scopus (2019). Innovación tecnológica como factor clave en las ventajas competitivas del contexto panadero.	Innovación tecnológica como factor clave en las ventajas competitivas del contexto panadero.	Emerging Sources Citation Index, Scopus	2019	Recopilación de artículos científicos	concluyeron que el cambio que fomenta las tecnologías ha causado una transformación conveniente, la globalización del conocimiento y de los negocios han ampliado el acceso de los clientes y usuarios a los bienes y servicios de igual forma.	Recomendaron que las organizaciones deben aumentar su capacidad de gestión de innovación, esto quiere decir, a mayor tamaño y índice de gestión de innovación y subíndices relacionados con la creación de innovaciones desarrollarse.	Se encontró la innovación tecnológica es complicada introducir en empresas panaderas ya que no cuenta con factores económicos y adaptación del personal pues no hay espíritu empresarial adecuado a las necesidades, no tienen cooperación entre empresas.	Es fundamental que la gerencia esté consciente de todo lo que significa e implica lograr una cultura innovadora, debe utilizarse un estilo de liderazgo adecuado, que genere el involucramiento de los colaboradores y fomente su compromiso con la organización y el cambio cultural, además de brindar espacios adecuados a los colaboradores para el desarrollo innovador, canales de opinión, condiciones de flexibilidad real, redistribuciones y determinar el contexto y la importancia del cambio cultural que se pretende llevar a cabo, para que estos entiendan por qué se buscan estas nuevas soluciones y la importancia de que la organización se ajuste a las nuevas necesidades de los consumidores y el medio.	"La innovación radical es toda aquella que se crea nuevos modelos de negocios como servicios o productos" p. (26)	INNOVACIÓN DE PRODUCTOS Y PROCESOS Se puede establecer que la tecnología agrupa un conjunto de conocimientos que permiten generar productos o servicios que pueden ser nuevos o significativamente mejorados, es decir, generar innovación. Dichos conocimientos representan en el contexto de la investigación científica el resultado del descubrimiento y la invención en distintas áreas de la ciencia, económico los nuevos conocimientos definen nuevas tecnologías que representan a su vez la innovación tecnológica.	INNOVACIÓN DE PRODUCTOS Y PROCESOS Se puede establecer que la tecnología agrupa un conjunto de conocimientos que permiten generar productos o servicios que pueden ser nuevos o significativamente mejorados, es decir, generar innovación. Dichos conocimientos representan en el contexto de la investigación científica el resultado del descubrimiento y la invención en distintas áreas de la ciencia, económico los nuevos conocimientos definen nuevas tecnologías que representan a su vez la innovación tecnológica.	INNOVACIÓN DE PRODUCTOS Y PROCESOS Se puede establecer que la tecnología agrupa un conjunto de conocimientos que permiten generar productos o servicios que pueden ser nuevos o significativamente mejorados, es decir, generar innovación. Dichos conocimientos representan en el contexto de la investigación científica el resultado del descubrimiento y la invención en distintas áreas de la ciencia, económico los nuevos conocimientos definen nuevas tecnologías que representan a su vez la innovación tecnológica.	INNOVACIÓN DE PRODUCTOS Y PROCESOS Se puede establecer que la tecnología agrupa un conjunto de conocimientos que permiten generar productos o servicios que pueden ser nuevos o significativamente mejorados, es decir, generar innovación. Dichos conocimientos representan en el contexto de la investigación científica el resultado del descubrimiento y la invención en distintas áreas de la ciencia, económico los nuevos conocimientos definen nuevas tecnologías que representan a su vez la innovación tecnológica.
A22	Herrera González, R. L., Hidalgo Nuchera, A.	Scopus	Dinámica de la gestión de servicios y co-creación en empresas del sector economía digital	Scopus	2019	Recopilación de artículos científicos	concluyeron que el cambio que fomenta las tecnologías ha causado una transformación conveniente, la globalización del conocimiento y de los negocios han ampliado el acceso de los clientes y usuarios a los bienes y servicios de igual forma.	recomendaron que las organizaciones deben aumentar su capacidad de gestión de innovación, esto quiere decir, a mayor tamaño y índice de gestión de innovación y subíndices relacionados con la creación de innovaciones desarrollarse.	Limitación: La cocreación no es un asunto de genios. Por las fuentes que otros sectores de la economía aceleren sus procesos de innovación y mejoren los servicios que prestan a los consumidores. Desde esta perspectiva, las empresas TIC se enfrentan al reto de incrementar su capacidad para diferenciarse y agregar valor por medio de la implementación de sus procesos de gestión, a fin de garantizar a los clientes servicios de alta calidad y acordados con las necesidades del usuario. La agregación de valor requiere de realizar procesos de co-creación en donde se involucren diferentes actores.	Estos hechos han permitido un crecimiento importante de las empresas del sector TIC, las cuales juegan un rol relevante desde dos puntos de vista: como generadoras de bienes y servicios, y como fuente para que otros sectores de la economía aceleren sus procesos de innovación y mejoren los servicios que prestan a los consumidores. Desde esta perspectiva, las empresas TIC se enfrentan al reto de incrementar su capacidad para diferenciarse y agregar valor por medio de la implementación de sus procesos de gestión, a fin de garantizar a los clientes servicios de alta calidad y acordados con las necesidades del usuario. La agregación de valor requiere de realizar procesos de co-creación en donde se involucren diferentes actores.	INNOVACIÓN DE PRODUCTOS Y PROCESOS La innovación es un proceso dinámico de la utilización eficiente de la base de conocimientos de la organización para desarrollar nuevos productos o mejorados de manera diferente. Por su parte, la innovación en el sector de servicios comprende servicios y nuevas formas de producción o prestación de servicios, así como cambios significativos en los servicios, en su producción y en la forma en que se entrega, es "una nueva experiencia de servicio o solución que puede consistir en un nuevo servicio, una nueva cartera de servicios y/o un nuevo proceso de servicio que de forma individual o en combinación, define una nueva forma de crear valor para el cliente" (p.4)	INNOVACIÓN DE PRODUCTOS Y PROCESOS La innovación es un proceso dinámico de la utilización eficiente de la base de conocimientos de la organización para desarrollar nuevos productos o mejorados de manera diferente. Por su parte, la innovación en el sector de servicios comprende servicios y nuevas formas de producción o prestación de servicios, así como cambios significativos en los servicios, en su producción y en la forma en que se entrega, es "una nueva experiencia de servicio o solución que puede consistir en un nuevo servicio, una nueva cartera de servicios y/o un nuevo proceso de servicio que de forma individual o en combinación, define una nueva forma de crear valor para el cliente" (p.4)	INNOVACIÓN DE PRODUCTOS Y PROCESOS La innovación es un proceso dinámico de la utilización eficiente de la base de conocimientos de la organización para desarrollar nuevos productos o mejorados de manera diferente. Por su parte, la innovación en el sector de servicios comprende servicios y nuevas formas de producción o prestación de servicios, así como cambios significativos en los servicios, en su producción y en la forma en que se entrega, es "una nueva experiencia de servicio o solución que puede consistir en un nuevo servicio, una nueva cartera de servicios y/o un nuevo proceso de servicio que de forma individual o en combinación, define una nueva forma de crear valor para el cliente" (p.4)	INNOVACIÓN DE PRODUCTOS Y PROCESOS La innovación es un proceso dinámico de la utilización eficiente de la base de conocimientos de la organización para desarrollar nuevos productos o mejorados de manera diferente. Por su parte, la innovación en el sector de servicios comprende servicios y nuevas formas de producción o prestación de servicios, así como cambios significativos en los servicios, en su producción y en la forma en que se entrega, es "una nueva experiencia de servicio o solución que puede consistir en un nuevo servicio, una nueva cartera de servicios y/o un nuevo proceso de servicio que de forma individual o en combinación, define una nueva forma de crear valor para el cliente" (p.4)	

ANEXO 5

Rejilla de revisiones sistemáticas y sus categorías

CÓDIGO	AUTOR	REFERENCIA	TÍTULO	BASE DE DATOS	AÑO	MUESTRA	HALLAZGOS	RECOMENDACIONES	LIMITACIONES DE ESTUDIO	PERTINENCIA DE LA FUENTE	SERVICIOS:	PROCESOS:	CATEGORIA			
A23	Ali, D., & Mathiassen, L. (2017). Cloud-based business services innovation: A risk management model. International Journal of Information Management, 37(6), 639-649. doi: 10.1016/j.ijinfomgt.2017.05.008.	Ali, A., Warren, D., & Mathiassen, L. (2017). Cloud-based business services innovation: A risk management model. International Journal of Information Management, 37(6), 639-649. doi: 10.1016/j.ijinfomgt.2017.05.008.	Innovación en servicios empresariales basados en la nube: un modelo de gestión de riesgos.	SCOPUS	2017	Recopilación de artículos científicos.	Se concluyó que la gestión en la innovación de servicios empresarial es basada en la nube ayuda a que la gestión sea más efectiva y ser una empresa innovadora.	recomendaron a las empresas implementar la nube como una innovación, ya que ofrece nuevas y significativas oportunidades para interrumpir y transformar las organizaciones brindándole un acceso rico en soluciones para reducir las barreras de la tecnología de la información y la transformación empresarial.	La nube afecta gravemente la estructura y interfaces de TI de una organización, lo que introduce riesgos en la gestión de operaciones, la gobernanza, el cumplimiento, el aislamiento de software, y seguridad, etc.	Es importante destacar que el modelo se basa en la literatura. Debido al ritmo del cambio en la tecnología y arquitecturas comerciales, algunos de los detalles del modelo pueden necesitar el mayor desarrollo en el futuro.	Evaluar los riesgos, identificar una estrategia y planificar la mitigación de riesgos (p.648). Los procesos incluyen tareas como secuenciarlos y como asignar los recursos necesarios; esta resolución se basa en la noción de planificación formal (p.644).	INNOVACION ORGANIZACION				
A24	Giménez, J., Madrid-Guijarro, A., & Duréndez, A. (2019). Competitive capabilities for the innovation and performance of Spanish construction companies. 10.3390/su111195475,	Giménez, J., Madrid-Guijarro, A., & Duréndez, A. (2019). Competitive capabilities for the innovation and performance of Spanish construction companies. 10.3390/su111195475,	Capacidades competitivas para la innovación y el desempeño de las empresas constructoras españolas	SCOPUS	2019	Recopilación de artículos científicos.	concluyeron que la innovación hará que el concepto de negocio sostenible sea obsoleto y los modelos comerciales sostenibles eventualesmente reemplazarán la noción de modelo comercial, el modelo de negocio genera ventaja competitiva sostenible.	recomendaron que las organizaciones innoven modelos de negocio, ya que ayudan a las organizaciones a cerrar la brecha entre el diseño de negocio y los modelos de negocio sostenibles sea obsoleto y los modelos comerciales sostenibles eventualesmente reemplazarán la noción de modelo comercial, el modelo de negocio genera ventaja competitiva sostenible.	La principal limitación de la investigación, se refiere al hecho que la encuesta fue respondida exclusivamente por los gerentes de las compañías. Sería aconsejable restringir las posibilidades de sesgos tomando las percepciones de empleados de diferentes niveles jerárquicos en cuenta. Los resultados mostrados en este documento pueden generalizarse a todas las fases del ciclo económico, ya que los datos se recopilaron solo durante la recesión.	El éxito puede ser útil para implementar estrategias destinadas a mejorar los recursos de las empresas y su capacidad de impulsar actividades de innovación, por su influencia en otros sectores. Artículos empíricos anteriores centrarse en los factores que fomentan la competitividad y el rendimiento empresarial.	Los servicios innovadores que la empresa tiene los requisitos esenciales para innovaciones de productos, servicios y procesos, así como el desarrollo y el desarrollo (I + D). Estas capacidades determinan la proximidad de una empresa a la frontera tecnológica, el nivel de información científica y tecnológica, y la capacidad de desarrollar nuevos procesos y formas de trabajo. (p.4)	INNOVACION DE PRODUCTOS Y SERVICIOS				
													INNOVACION DE PROCESOS. es la gestión de la mejora continua y la capacidad innovadora, como la construcción o la ajustada, aumenta pérdidas, reduce la eficiencia productiva correspondiente a la innovación, sino un proceso, disminuyendo los costos al reducir el desperdicio y hacer que la organización del lugar de trabajo más eficiente. (p.5)	INNOVACION DE PROCESOS. es la gestión de la mejora continua y la capacidad innovadora, como la construcción o la ajustada, aumenta pérdidas, reduce la eficiencia productiva correspondiente a la innovación, sino un proceso, disminuyendo los costos al reducir el desperdicio y hacer que la organización del lugar de trabajo más eficiente. (p.5)	INNOVACION DE PROCESOS. es la gestión de la mejora continua y la capacidad innovadora, como la construcción o la ajustada, aumenta pérdidas, reduce la eficiencia productiva correspondiente a la innovación, sino un proceso, disminuyendo los costos al reducir el desperdicio y hacer que la organización del lugar de trabajo más eficiente. (p.5)	INNOVACION DE PROCESOS. es la gestión de la mejora continua y la capacidad innovadora, como la construcción o la ajustada, aumenta pérdidas, reduce la eficiencia productiva correspondiente a la innovación, sino un proceso, disminuyendo los costos al reducir el desperdicio y hacer que la organización del lugar de trabajo más eficiente. (p.5)

Rejilla de revisiones sistemáticas y sus categorías

CÓDIGO	AUTOR	REFERENCIA	TÍTULO	BASE DE DATOS	AÑO	MUESTRA	HALLAZGOS	RECOMENDACIONES	LIMITACIONES DE ESTUDIO	PERTINENCIA DE LA FUENTE	CATEGORIA	
											INNOVACION DE PRODUCTOS Y SERVICIOS.	INNOVACION DE PROCESOS.
A25	Plana S & Fernández	Serralta, L. M., & Fernández de Lucio, I.	Primeras estrategias regionales de innovación en Chile.	SciELO	2018	Recopilación de Artículos científicos.	concluyeron que las estrategias de innovación atribuyen a un rol coordinador para impulsar y dinamizar nuevos procesos de innovación vinculados a la economía regional y a las decisiones de inversión.	recomendaron para futuras investigaciones tomar como guía este artículo científico, para mejorar las intervenciones públicas en la reformulación de estrategias en estas y otras investigaciones con sistemas de innovación poco desarrolladas.	En opinión de los expertos y analistas consultados, las ERI fueron generalistas y poco selectivos porque se basaron en el consenso de actores que no llegaron a comprender bien que las estrategias significaban prioridades. Asimismo, los elementos de diferenciación interregional son escasos. Abundan los elementos comunes, respecto a crear condiciones habilitantes e incluyen los mismos sectores económicos.	es importante avanzar hacia la reformulación de ERI, con más planes selectivos, con políticas diferenciadas para regiones con economías comparables y con un enfoque interactivo de los procesos de innovación.	INNOVACION DE PRODUCTOS Y SERVICIOS. (Rico, 1992, Diez, 2000) buscaban promover la actividad económica y de los servicios, en investigación y tecnología para innovar, mediante incentivos (regionalizados) a la inversión, el comportamiento de los agentes territoriales, que interactúan entre sí en un espacio geográfico localizado, para maximizar sus ingresos y bienestar, dando lugar a procesos de destrucción creativa y a la aparición de nuevas relaciones, instituciones y actividades económicas diferentes.(p.72).	INNOVACION DE PROCESOS. En economía regional, la definición de estrategias de innovación mantiene la esencia de conceptualizado anteriormente, variando en su alcance y objetivo, pues la innovación referenciada implica cambios y transformaciones en la estructura y otros relacionados con el liderazgo. Las organizaciones que conectan o articulan las relaciones entre los entornos deben facilitar el intercambio de flujos, información, conocimiento, tecnologías y los recursos entre los diferentes elementos o actores que participan en el proceso de innovación. (p.71).
A26	Gatautis	R. The rise of the Business model innovation perspective	El auge de las plataformas: perspectivas de innovación del modelo de negocio	SCOPUS	2017	Recopilación de Artículos científicos.	Concluyeron que las plataformas vuelven cada vez más importantes y según diferentes pronósticos, las organizaciones requieren de modelos de negocio para aprovechar las oportunidades	recomendaron que toda organización debe contar o realizar una plataforma digital como base estratégico, generando competitividad.	Este documento explora conceptos de innovación de plataforma y modelo de negocio para comprender cómo la plataforma puede contribuir al negocio de las empresas de innovaciones.	la importancia de plataformas para empresas y organizaciones, de nombrar la actividad económica, mercado más bajo barreras de entrada, y en algunos casos cambios en la lógica de creación, captura y transferencia de valor al mercado.	INNOVACION ORGANIZACIONAL. Las relaciones en el proceso innovador deben ser ayudadas por organizaciones que conecten eficientemente a cada entorno, y al hacerlo deben considerar los recursos y su estructura, capacidad de absorción, los mecanismos de articulación y otros relacionados con el liderazgo. Las organizaciones que conectan o articulan las relaciones entre los entornos deben facilitar el intercambio de flujos, información, conocimiento, tecnologías y los recursos entre los diferentes elementos o actores que participan en el proceso de innovación. (p.71).	INNOVACION ORGANIZACIONAL. Las relaciones en el proceso innovador deben ser ayudadas por organizaciones que conecten eficientemente a cada entorno, y al hacerlo deben considerar los recursos y su estructura, capacidad de absorción, los mecanismos de articulación y otros relacionados con el liderazgo. Las organizaciones que conectan o articulan las relaciones entre los entornos deben facilitar el intercambio de flujos, información, conocimiento, tecnologías y los recursos entre los diferentes elementos o actores que participan en el proceso de innovación. (p.71).
A26	Gatautis	R. The rise of the Business model innovation perspective	El auge de las plataformas: perspectivas de innovación del modelo de negocio	SCOPUS	2017	Recopilación de Artículos científicos.	Concluyeron que las plataformas vuelven cada vez más importantes y según diferentes pronósticos, las organizaciones requieren de modelos de negocio para aprovechar las oportunidades	recomendaron que toda organización debe contar o realizar una plataforma digital como base estratégico, generando competitividad.	Este documento explora conceptos de innovación de plataforma y modelo de negocio para comprender cómo la plataforma puede contribuir al negocio de las empresas de innovaciones.	la importancia de plataformas para empresas y organizaciones, de nombrar la actividad económica, mercado más bajo barreras de entrada, y en algunos casos cambios en la lógica de creación, captura y transferencia de valor al mercado.	INNOVACION ORGANIZACIONAL. Las relaciones en el proceso innovador deben ser ayudadas por organizaciones que conecten eficientemente a cada entorno, y al hacerlo deben considerar los recursos y su estructura, capacidad de absorción, los mecanismos de articulación y otros relacionados con el liderazgo. Las organizaciones que conectan o articulan las relaciones entre los entornos deben facilitar el intercambio de flujos, información, conocimiento, tecnologías y los recursos entre los diferentes elementos o actores que participan en el proceso de innovación. (p.71).	INNOVACION ORGANIZACIONAL. Las relaciones en el proceso innovador deben ser ayudadas por organizaciones que conecten eficientemente a cada entorno, y al hacerlo deben considerar los recursos y su estructura, capacidad de absorción, los mecanismos de articulación y otros relacionados con el liderazgo. Las organizaciones que conectan o articulan las relaciones entre los entornos deben facilitar el intercambio de flujos, información, conocimiento, tecnologías y los recursos entre los diferentes elementos o actores que participan en el proceso de innovación. (p.71).

ANEXO 5

Rejilla de revisiones sistemáticas y sus categorías

CÓD	AUTOR	REFERENCIA	TÍTULO	BASE DE DATOS	AÑO	MUESTRA	HALLAZGOS	RECOMENDACIONES	LIMITACIONES DE ESTUDIO	PERTINENCIA DE LA FUENTE	CATEGORIA
A27	Ehrenhard Wijnhoven, F., van den Broek, T., & Stagno, M. Z. (2017).	Ehrenhard, M., Wijnhoven, F., van den Broek, T., & Stagno, M. Z. (2017). Unlocking how start-ups create business value with mobile applications: Development of an App-enabled Business Innovation Cycle. Technological forecasting and social change, 115, 26-36. ISSN: 1873-5509	Descubriendo las empresas emergentes crean valor comercial con aplicaciones móviles: desarrollo de un ciclo de innovación empresarial habilitado para aplicaciones.	SCIENCEDIRECT	2017	Recopilación de Artículos científicos.	concluyeron que el sistema de plataformas, crea oportunidades económicas, la innovación empresarial ayuda al crecimiento y evalúa el valor del cliente.	recomendaron que el análisis de este artículo para futuras investigaciones ya que revela que el uso de aplicaciones ayuda a asociarse con los negocios competitivos, automatizando las aplicaciones y creando valor a través de la entrega de la propuesta, también crea soluciones nuevas o mejoradas, resultando un valor para el cliente, generando el crecimiento del negocio.	Hay limitaciones de investigación para este estudio. La primera limitación se refiere a la validez externa de la muestra utilizada. Los resultados de este estudio se basan en un muestra de ocho empresas emergentes en los Países Bajos. Diferencias en, por ejemplo, nacional Las reglas y la regulación o la cultura empresarial podrían resultar en diferentes procesos. de creación de valor. Además, los casos no se seleccionaron para ser representativos de todos Start-ups habilitadas para aplicaciones.	" Tanto los estudios de caso como el trabajo se puede explicar por perspectiva teórica sobre los procesos para transformar las oportunidades de negocio de las aplicaciones en valor empresarial real. (p.3).	INNOVACION ORGANIZACIONAL: ofrece una nueva perspectiva teórica sobre los procesos para transformar las oportunidades de negocio de las aplicaciones en valor empresarial real. (p.3).