



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

Gestión de la innovación para generar ventajas competitivas.

Revisión sistemática de la literatura

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciada en Administración

AUTORAS:

Lanazca Soto, Silvia (ORCID: 0000-0001-9508-6422)

Timoteo Mamani, Rosa Isabel (ORCID: 0000-0003-3623-5832)

ASESOR:

Dr. Illa Sihuincha, Godofredo Pastor (ORCID: 0000-0002-2532-3194)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de organizaciones

LIMA – PERÚ

2021

Dedicatoria

Dedicamos esta tesis a nuestros padres, ya que es un orgullo para nosotras el poder darles la satisfacción de vernos profesionales y por su apoyo moral a lo largo de estos cinco años de carrera.

Agradecimiento

Agradecemos a nuestro asesor, por su apoyo durante el complicado proceso de elaboración de nuestra tesis, el proceso de este trabajo ha sido más sencillo gracias a su ayuda, el resultado nos llena de satisfacción y esto se ha logrado gracias a su acompañamiento.

Índice de contenidos

	Pag.
Carátula	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos	iv
Índice de tablas	v
Índice de gráficos y figuras	vi
Resumen	vii
Abstract	vii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	8
III. METODOLOGÍA	17
3.1. Tipo y enfoque de investigación	18
3.2. Protocolo y registro	18
3.3. Criterios de elegibilidad	19
3.4. Fuentes de información	19
3.5. Búsqueda	19
3.6. Selección de los estudios	20
3.7. Proceso de extracción de estudios	20
3.8. Lista de estudios	21
3.9. Aspectos éticos	23
IV. RESULTADOS	23
V. DISCUSIÓN	29
VI. CONCLUSIONES	38
VII. RECOMENDACIONES	40
REFERENCIAS	44
ANEXOS	51

Índice de Tablas

	Pág.
Tabla 1 <i>Objetivos propuestos para la revisión sistemática</i>	7
Tabla 2 <i>Protocolo y registro</i>	18
Tabla 3 <i>Criterio de elegibilidad</i>	19
Tabla 4 <i>Búsqueda</i>	20
Tabla 5 <i>Lista de datos</i>	22
Tabla 6 <i>Búsqueda por año</i>	24
Tabla 7 <i>Búsqueda por cuartil</i>	25
Tabla 8 <i>Matriz de categorización 1a</i>	26
Tabla 9 <i>Matriz de categorización 1b</i>	27
Tabla 10 <i>Matriz de categorización 1c</i>	28

Índice de gráficos y figuras

	Pág.
<i>Figura 1</i> Proceso de extracción de datos	21

Resumen

El objetivo de esta investigación fue plantear una clasificación para determinar los factores que impulsan la innovación y su impacto como herramienta generadora de ventaja competitiva. La metodología de investigación utilizada, fue la recopilación de datos, por tanto, esta investigación es de tipo revisión sistemática y tiene un enfoque mixto. El resultado señala que hoy en día, debido al proceso de globalización, la innovación se ha vuelto un requisito indispensable para la supervivencia de las empresas; ya que, permite el mejoramiento de productos o servicios brindados, dándoles un valor agregado con el fin de satisfacer las necesidades de los clientes, así como obtener y mantener una ventaja competitiva. Confirmando que la gestión de innovación aplicada al talento humano, el desarrollo de tecnologías, la mejora de procesos, el desarrollo de productos la superación de las barreras y la observación continua de la competencia, es una herramienta indispensable para la obtención de ventajas competitivas.

Palabras clave: Talento humano, desarrollo de productos, tecnologías.

Abstract

The objective of this research was to propose a classification to determine the factors that drive innovation and its impact as a tool for generating competitive advantage. The research methodology used was data collection, therefore, this research is of a systematic review type and has a mixed approach. The result indicates that today, due to the globalization process, innovation has become an essential requirement for the survival of companies, since it allows the improvement of products or services provided, giving them added value in order to satisfy customer needs, as well as obtaining and maintaining a competitive advantage. Confirming that innovation management applied to human talent, technology development, process improvement, product development, overcoming barriers and continuous observation of competition, is an indispensable tool for obtaining competitive advantages.

Keywords: Human talent, product development, technologies.

I. INTRODUCCIÓN

Esta investigación se comenzó con la estructuración del primer capítulo, para ello fue indispensable abarcar el proceso sistemático del análisis de la información tomando en consideración la explicación de la variable de estudio. Para iniciar, se describió la variable gestión de la innovación desde una perspectiva holística resaltando su importancia en la obtención de ventajas competitivas de las empresas. Por ello se explica y profundiza los factores de la variable a través de artículos indexados; así mismo, se planteó el problema de investigación desde la necesidad de estudiar la variable con el propósito de demostrar la importancia de realizar estudios futuros e implementar las recomendaciones realizadas.

Hace algunas décadas la innovación era considerada una ventaja competitiva para las organizaciones; hoy en día, debido al proceso de globalización es un requisito indispensable para la supervivencia de las mismas; considerando que la innovación permite el mejoramiento de productos o servicios brindados, bajo criterios de valor agregado a fin de satisfacer necesidades de los clientes (Saldarriaga, Guzmán y Concha, 2019, p.153); por ello se hace imprescindible que las empresas sean capaces de reaccionar y tomar decisiones en un entorno cada vez más complejo e impredecible (Marín & Cuartas, 2019, p.98); desde que es considerado un proceso para obtener los fines antes mencionados, múltiples autores han estudiado sus fases, niveles, técnicas y herramientas, necesarias para optimizar el cambio organizacional (Seclen y López, 2020, p.119); se puede afirmar entonces que toda empresa que innove, está destinada al éxito; ya que, será capaz de brindar a sus clientes alternativas convenientes y mejorará sus procesos obteniendo mayores beneficios económicos.

De acuerdo a las evidencias obtenidas en la aplicación de los estudios analizados en la investigación, sobre los factores que fundamentan la innovación confirman que; la innovación es una de las herramientas clave para el crecimiento de una empresa, su acceso a nuevos mercados y su desarrollo sostenible a largo plazo (Toth, Migliore, Matmi & Rizzo, 2020, p.1); la innovación se debe implementar desde el inicio o creación de una empresa, ya que, esto facilitará su desarrollo y la adaptación de los agentes internos (Castillo & García, 2021, p.1); así mismo, se afirma que las herramientas de apoyo como el buzón de ideas, método triz, lluvia

de ideas y el método modal de fallas y defectos, usadas en la fase inicial del proceso influye positivamente en la innovación (Seclen y López, 2020, p.119).

Para lograr la efectividad en las organizaciones se deben considerar la mejora en los procesos, así conseguirá mejorar la calidad de los productos brindándoles un valor agregado y satisfaciendo sus necesidades (Pereira, Molina, Taní, Pertusa y López, 2019, p.3); así mismo, se debe procurar mantener la calidad y disminuir el número de defectos en productos o los servicios que se brindan, con la finalidad de fidelizar a los clientes y mantenerlos interesados en la marca (Pulido, Ruiz y Ortiz, 2018, p.59); para ello, todo proceso debe ser debidamente controlado, para poder corregir y brindar retroalimentación a los colaboradores a tiempo y evitar pérdidas (Montejano, Campos & García, 2017, p.57). Si las empresas toman decisiones para la mejora en los procesos, se puede generar una ventaja competitiva en cuanto a retención y ampliación de la cartera de clientes mediante la mejora de la calidad de los productos, se evitarían errores en los procesos lo que permitiría la disminución de costos, generando mayor rentabilidad en las empresas.

En base a las investigaciones realizadas sobre el fundamento del factor procesos, se afirma que; la implementación de la innovación en los procesos dentro y fuera de las organizaciones, debe ser de manera dinámica (Romero, Sánchez, Rincón y romero, 2020, p.471); así mismo, se relaciona con la creación de nuevos y mejorados productos aumentando la calidad de estos (Ramos, Rubio & Sastre, 2021, p.4); se debe tomar en cuenta también, que los sistemas de producción han evolucionado, por lo que es necesario adaptarse a la automatización de los procesos (Montejano et al., 2017, p.57).

El termino evaluación comparativa solía tomarse en cuenta para medir cuantificablemente un área determinada de las organizaciones; actualmente, se considera un mecanismo de aprendizaje y mejora (Asturiano & Ari, 2018, p.9); existe también la asociatividad empresarial que permite a las organizaciones realizar un intercambio de conocimientos, estrategias e iniciativas con el fin de ser más competitivas en el mercado (Vélez, Beltrán, López y Arias., 2019, p.53); es importante tomarla en cuenta dentro de toda cultura empresarial, de esta manera se podrá mejorar la posición frente al mercado y se podrán tomar decisiones acertadas frente a las amenazas que se puedan presentar logrando así una ventaja competitiva (Bernal & Rodríguez, 2019, p.2); prestar atención a la competencia

entonces, permitirá que las organizaciones mejoren, creen nuevos productos y puedan atraer más clientes.

De acuerdo a las investigaciones analizadas sobre el benchmarking se afirma que; el proceso de evaluación comparativa no puede llevarse a cabo por una organización mal preparada, ya que este proceso requiere creatividad, talento y sobre todo un pensamiento emprendedor para diferenciarse y mejorar a la competencia (Moruff, Olansunkanmi & Ekong, 2019, p.4); existe evidencia también de que analizar a la competencia puede brindar procesos más eficientes evitando que la empresa pierda tiempo y recursos (Saldarriaga et al., 2019, p.163); se afirma también que, toda empresa que desee usar el benchmarking como ventaja competitiva debe estar en pleno conocimiento de sus capacidades y potencial para saber cuánto pueden exigirse y competir en el mercado (Bernal & Rodríguez, 2019, p.92).

Así como la tecnología, los conocimientos sobre esta son igual e incluso más importantes ya que con ellos se logran procedimientos y fines más rápidos y prácticos (Ochoa, Valdés & Quevedo, 2017, p.3); las iniciativas para desarrollar habilidades tecnológicas generan efectos positivos al impulsar la generación de nuevos productos (Castillo & García, 2021, p.1); las tecnologías de información y comunicación, tienen como propósito hacer más productivas las empresas y brindarles la oportunidad de evolucionar, hoy en día son consideradas la clave del éxito empresarial (Sánchez, Pérez y Morán, 2020, p.203); por todo lo antes mencionado se concluye, si una empresa quiere innovar debe contar no solo con las herramientas necesarias sino también con el personal adecuado para manejarlas, de esta manera se logrará una ventaja competitiva.

En base a los estudios analizados sobre el factor tecnológico dentro de las organizaciones, se puede afirmar que existe una estrecha relación entre las tecnologías de información y comunicación con la innovación cuando se busca la evolución y el éxito empresarial (Sande y Vence, 2021, p.6); se demostró también que toda iniciación de un plan tecnológico debe seguir pasos básicos como: inventariar, vigilar, evaluar, enriquecer, asimilar y proteger para lograr una mejora en cualquier nivel dentro de las organizaciones (Ochoa et al., 2017, p.6); se logró demostrar también que la innovación tecnológica permite mejorar los procesos reduciendo así la pérdida de recursos (Saldarriaga et al., 2019, p.164).

Toda empresa tiene la posibilidad de generar una ventaja competitiva si es capaz de reconocer al capital humano como el recurso más importante dentro de la organización, si a este se le brinda un entorno propicio se puede conseguir que la innovación y creatividad fluyan de manera natural (Díaz y Guambi, 2018, p.221); los colaboradores son también los encargados de mejorar el rendimiento y fomentar la innovación organizacional (Yepes, 2019, p.153); la capacidad de gestión del conocimiento tiene un efecto positivo sobre la innovación (Pineda, 2019, p.126); podemos afirmar entonces que, los procesos de innovación en las organizaciones no se dan de manera casual, son propiciadas por el compromiso de sus colaboradores, es por ello que se debe lograr que los miembros de un equipo sean capaces de unir conocimientos, habilidades y esfuerzos, ya que esto va a beneficiar a la empresa a la que pertenecen.

De acuerdo a las evidencias obtenidas sobre el factor talento humano, se puede afirmar que, la capacitación de los colaboradores es de mucha importancia ya que aporta con diseños de planes estratégicos lo que beneficia el crecimiento y la competitividad empresarial (Hernández & Sánchez, 2017, p.28); se afirma también que, toda organización debe apoyar las iniciativas innovadoras de sus colaboradores teniendo en cuenta que la innovación es una ventaja competitiva necesaria en el mundo empresarial (Ferreira, Coelho & Weersma, 2019, p.3); se logró concluir también que, la gestión del conocimiento se ocupa de los aspectos críticos de la adaptación, supervivencia y competencia de empresas frente al cambio y crecimiento organizacional (Pulido, Ortiz y Uribe, 2017, p.79).

Las empresas deben desarrollar e introducir nuevos productos al mercado ya que la demanda actual hace que los productos o servicios acorten su ciclo de vida, lo que obliga a las organizaciones a dar una respuesta rápida a esta necesidad de tener nuevos y mejores productos (Eisenover, 2017, p.155); a esto se suma la competitividad que ha obligado también a las empresas a buscar un mejor posicionamiento a través de la diversificación de sus productos (Benavides y Bolaños, 2020, p.224); como todo proceso la creación de un producto nuevo debe generar un beneficio para la empresa pero sobre todo debe satisfacer la necesidad del cliente (Seclen y López, 2020, p.122); es claro entonces que la competitividad de una organización está estrechamente ligada a su capacidad de desarrollar

productos nuevos e innovadores con la rapidez que la demanda y la competencia requiera.

En base a los artículos estudiados como fundamentos para el factor desarrollo de productos se puede afirmar que; crear productos nuevos y de alta calidad, adaptados a los requerimientos de la empresa y el mercado ayuda a obtener una fuerte ventaja competitiva (Eisenover, 2017, p.160); se llegó a la conclusión de que el desarrollo de nuevos productos es una de las actividades más importantes dentro de la cadena de valor de la innovación (Díaz y Guambi, 2018, p.216); se recomienda, en la primera etapa del proceso de innovación considerar las ideas y sugerencias de los colaboradores y realizar primero un estudio de mercado para evitar el fracaso en los lanzamientos de nuevos productos (Seclen y López, 2020, p.128).

El término barrera es usado como un limitante del proceso de innovación, se pueden separar en dos grupos, factores internos y externos, ambos muy importantes para el posicionamiento de una empresa (Benavides y Bolaños, 2020, p.227); se considera también como un factor de restricción que impide un cambio, la resistencia de las personas al cambio es considerado un factor psico social, por lo que debe ser tratado como tal (Díaz y Guambi, 2018, p.223); el no poder satisfacer las necesidades específicas de sus clientes, es una de las barreras que puede ser superada por medio de herramientas digitales que permita a las empresas conocer a sus clientes y al mercado en general con el fin de brindar no solo productos sino soluciones (Asturiano & Ari, 2018, p.15); el temor al cambio dentro de las organizaciones impide una fluidez completa de ideas evitando así que las organizaciones mejoren, para evitar esta resistencia se debe capacitar al personal.

De acuerdo a las evidencias obtenidas en la aplicación de los estudios analizados en la investigación, sobre los fundamentos del factor barreras confirman que; los altos costos de un proceso de innovación sumado al riesgo y la incertidumbre de que funcione es una de las mayores barreras en una organización (Benavides y Bolaños, 2020, p.234); se concluyó también que el definir a una persona con conocimientos y un perfil profesional adecuado como gestor del cambio ayudaría a disminuir el temor de implementar un proceso de innovación (Berenguer & Gois, 2018, p.350); se recomienda también a todas las

organizaciones a formar a su personal para hacerlos partícipes del proceso de innovación, se evitaría así la resistencia al cambio y se lograrían resultados óptimos.

En consecuencia, es importante someter a estudio el tema gestión de la innovación ya que esta permite que las empresas ingresen a los mercados y se abran nuevos caminos con mayor facilidad, ayuda también a tener un contacto cercano con los clientes, algo que les permitiría tomar lo que ellos piensan como fuente de innovación en busca de nuevas perspectivas, en diferentes estudios se ha demostrado que las empresas que toman en cuenta las ideas de sus clientes tienen un aumento considerable en ventas. Podemos afirmar entonces que, la rapidez en que una empresa responda a los cambios y evolucione definirá si logra ser mejor que sus rivales o no.

Toda investigación mediante el proceso de identificación, observación y descripción de un acontecimiento registra las múltiples cosas que no funcionan bien, lo que permite plantear posibles soluciones (Arias, 2020, p.1); también es necesario explicar la finalidad, precisar las razones, la importancia y la necesidad de realizar una investigación (Hernández y Mendoza, 2018, p.93); a partir de lo antes mencionado se plantea el siguiente problema de investigación desde una postura propositiva: Se ha detectado que no existe una clasificación determinada sobre los factores diferenciadores que impulsan la innovación como herramienta generadora de ventajas competitivas.

La justificación teórica, tiene por la finalidad del estudio generar reflexión y debate académico sobre el conocimiento estudiado, confrontar una teoría, comparar resultados o hacer estudio del conocimiento existente (Dagnino, Dimitriadis, Pozzi, Rubia & Asensio, 2020, p.61); sin embargo, desde una perspectiva positivista, permite reconocer los conocimientos científicos sobre el tema que se va a investigar (Donato & Donato, 2019, p.228); en otras palabras, plantea ofrecer conocimientos a los actuales investigadores sobre los resultados obtenidos en trabajos ya realizados. Así mismo se plantea trabajar el tema de gestión de la innovación por ser de suma importancia en el contexto actual.

La justificación metodológica; propone un nuevo método o una nueva estrategia para generar conocimientos válidos y confiables, lo cual beneficiara a futuras investigaciones (Chaverri, 2017, p.188); la mejor manera de saber cuánto

conocimiento metodológico existe en el campo es por medio de la bibliometría (Carrizo y Moller, 2018, p.47); la información se recopiló de artículos indexados de manera holística, haciendo una selección exhaustiva de artículos que cumplan con todos los requisitos que se necesitaban. Por todo lo antes mencionado afirmamos que la presente investigación del estudio es de tipo revisión sistemática y tiene un enfoque cualitativo.

La Justificación social, señala que todo estudio debe brindar un punto de vista atractivo y claro para los futuros investigadores o beneficiados (Hernández y Mendoza, 2018, p.64); sin embargo, la justificación social debe mantener un abordaje crítico, ya que la investigación es de interés de otras personas (Chaverri, 2017, p.186); el estudio desarrollado, tiene como finalidad que las empresas tengan conocimiento sobre la ventaja competitiva, de esta manera podrá plantear estrategias que los ayuden a potenciarlas.

Los objetivos de una investigación deben tener correspondencia total con el problema de la investigación y debe expresar de manera clara la intención del proyecto (Corona, Fonseca & Corona, 2017, p.3); permite también, concretar y focalizar el tema de estudio (Arnau y sala, 2020, p.3); a partir de la fundamentación teórica, se planteó la formulación del problema a desarrollar en relación a la variable: Se ha detectado que no existe una clasificación determinada sobre los factores diferenciadores que impulsan la innovación como herramienta generadora de ventajas competitivas.

Tabla 1

Planteamiento de objetivos

Niveles	Propuesta
Objetivo 1	Plantear una clasificación para determinar los factores que impulsan la innovación y su impacto como herramienta generadora de ventaja competitiva.
Objetivo 1a	Plantear una clasificación para la aplicación de la innovación desde un enfoque emprendedor, generando mayores ventajas competitivas.
Objetivo 1b	Plantear una clasificación para la aplicación de la innovación desde un enfoque de procesos, generando mayores ventajas competitivas.
Objetivo 1c	Plantear una clasificación para la aplicación de la innovación desde un enfoque estratégico generando mayores ventajas competitivas.
Objetivo 1d	Plantear una clasificación para la aplicación de la innovación desde un enfoque operativo, generando mayores ventajas competitivas.

II. MARCO TEÓRICO

El segundo capítulo se trabajó en base a los artículos que describían mejor la variable gestión de la innovación, usándolas para sustentar y resaltar el tipo de investigación de cada uno de estos artículos; así mismo, se realizó el marco teórico explicando tanto la variable principal como los factores seleccionados de cada uno de los artículos trabajados en el capítulo.

Goran & Mustafá (2020); plantearon como objetivo de la investigación establecer como la industria de las telecomunicaciones está creando estrategias de innovación para mejorar su posición competitiva. El diseño de su investigación fue cuantitativo, tomó 100 empleados de la compañía Korak como unidad de análisis. concluyeron mencionando que toda empresa debe estar siempre al tanto de lo que sucede en el entorno empresarial; ya que, una ventaja competitiva solo se puede mantener, si las innovaciones no pueden ser copiadas. Asimismo, recomendaron que las futuras investigaciones deben investigar más sobre la comunicación entre la organización y los empleados e investigar sobre el marketing como la estrategia de innovación más importante.

Diaz & Guambi (2018); tuvieron como objetivo analizar la innovación desde diferentes perspectivas entendiéndola como una herramienta estratégica que ayuda con la diferenciación de las empresas y permanencia en el mercado para lograr ventajas competitivas. El diseño fue descriptivo, correlacional y cualitativo su unidad de análisis información recopilada de un estudio bibliográfico. Concluyeron afirmando que las empresas que innovan de forma sostenible logran desarrollar una ventaja competitiva. Recomendaron que las investigaciones futuras deben ser teóricas enfocadas en estrategias de innovación en los procesos.

Sulistyo & Ayuni (2020); plantearon como objetivo examinar la influencia de la orientación empresarial en la innovación y el desempeño para lograr ventajas competitivas. El diseño de la investigación fue descriptivo, explicativo, la unidad de análisis fueron 254 propietarios de pymes artesanales. Concluyeron afirmando que la capacidad de innovación de una empresa influye significativamente sobre la ventaja competitiva. Asimismo, recomendaron que las futuras investigaciones sean longitudinales para poder determinar qué factores diferenciadores impulsan la innovación para generar ventajas competitivas.

Jayani & Hui (2018); tuvieron como objetivo investigar y comprender el efecto de la capacidad de innovación y el desempeño de la innovación. El diseño de su investigación fue cualitativo y su unidad de análisis fueron 379 altos directivos de compañías de seguros. Concluyeron afirmando que para lograr un desempeño de innovación la compañía debe desarrollar una cultura organizacional que pueda motivar el comportamiento de innovación la coordinación interna con el empleado para fomentar la mentalidad impulsada por la innovación que lleva a ideas conceptos productos nuevos productos y servicios. Finalmente recomendaron que las futuras investigaciones sean teóricas y permitan expandir los conocimientos sobre los factores de desarrollo que influyen en la innovación empresarial.

Moruff et al., (2019); plantearon como objetivo examinar el impacto de la innovación empresarial en las ventajas competitivas. El método de la investigación fue de encuestas descriptivas, la unidad de análisis fueron 496 empleados de Nestlé. Concluyó afirmando que la innovación empresarial tiene un efecto importante sobre el precio, la calidad y las ventas del producto. Finalmente recomendó que las futuras investigaciones sean experimentales para poder identificar el mejor proceso que permita brindar productos de excelente calidad.

Marín & Cuartas (2019); plantearon como objetivo verificar cómo afecta la relación entre la innovación y el desempeño ante la presencia de variables precursoras como la intensidad competitiva y la dejadez organizacional. El diseño de la investigación fue de tipo explicativo y de corte transversal, la unidad de análisis fueron una muestra de pequeñas y medianas empresas de Bogotá. Concluyeron afirmando que la innovación es una fuente para mejorar el rendimiento y fomentar la competitividad, impactando de manera positiva en el desempeño organizacional. Finalmente, recomendaron que las investigaciones futuras sean longitudinales para obtener comparaciones y concluir de manera amplia y precisa las investigaciones.

Silva (2017); planteó como objetivo analizar la importancia de la innovación como determinante de generar ventajas competitivas. El diseño de la investigación fue cualitativo, la unidad de análisis las empresas pertenecientes al sector educación. Concluyó indicando que la nueva estrategia de la competitividad internacional se apunta en un diseño donde la ventaja competitiva recae en la articulación con eficacia operativa y de reintegración en la cadena de valor. Finalmente, como recomendación indicó que las investigaciones futuras deben

centrarse en las barreras de la innovación ya que muchas empresas no aprovechan las oportunidades debido a los riesgos que deben tomar y los cambios que deben implementar.

Canizales (2020); planteó como objetivo mostrar la importancia de la información y su potencial transformación en conocimiento como factores determinantes en un proceso de innovación para generar ventajas competitivas. El diseño de la investigación fue cualitativo, la unidad de análisis fueron investigaciones en un rango de 20 años. Concluyó afirmando que el factor más importante para los procesos de innovación es el talento humano y las herramientas digitales. Finalmente, como recomendación indicó que las futuras investigaciones sean metódicas en cuanto a la búsqueda de información sobre el impacto de la gestión del conocimiento en las empresas.

Saldarriaga et al (2019); tuvieron como objetivo determinar el rol de la innovación en las empresas, como factor de competitividad para lograr mejoramiento de la calidad. El diseño fue cualitativo exploratorio, como unidad de análisis 30 micro, pequeñas y medianas empresas de Popayán. Concluyeron afirmando que la innovación es una ventaja competitiva que permite la diferenciación y adaptarse a los cambios del entorno con mejoramiento continuo de los procesos. Finalmente recomendaron que las futuras investigaciones sean longitudinales para promover la mejora de la calidad en los procesos como herramienta para lograr ventajas competitivas.

Anning (2018); planteó como objetivo examinar el papel del liderazgo como una condición interna que facilite la creación de una ventaja competitiva mediante la implementación de la innovación. El diseño de la investigación fue mediante la recopilación de datos, la unidad de análisis fueron empresas de economías emergentes. Concluyó afirmando que el liderazgo organizacional es un importante mediador entre la innovación y la ventaja competitiva. Recomendó que las futuras investigaciones deben ser explicativas ya que deben poder definir el liderazgo y estrategias de innovación en ámbitos más amplios.

Asturiano & Ari (2018); plantearon como objetivo identificar si la innovación puede contribuir a la creación de una ventaja competitiva. El diseño de la investigación fue exploratoria cualitativa y la unidad de análisis fueron las empresas de segmentos de e-Marketplace. Concluyeron mencionando que la innovación

puede contribuir en el uso de los procesos y productos como una fuente de ventaja competitiva, logrando la diferenciación en el mercado. Recomendaron que las investigaciones posteriores se deben enfocar en la relación entre cultura la organizacional y la innovación abierta en empresas de Marketplace.

Won, Choi & Shin (2019); plantearon como objetivo analizar cómo las competencias empresariales en el a nivel individual y el desempeño de la empresa a nivel organizacional son mediada por las capacidades de innovación organizacional. El diseño de la investigación fue el muestreo, la unidad de análisis fueron 33 pymes coreanas de alta tecnología. Concluyeron mencionando que la innovación juega un papel importante para diferenciarse de la competencia logrando una ventaja competitiva significativa. Recomendaron que las investigaciones futuras deben ser teóricas para poder buscar más información sobre la innovación.

Pizzi y Ahedo (2019); tuvieron como objetivo determinar la importancia de tener una ventaja competitiva; las formas en que se obtiene y los peligros que pueden surgir con su implementación por parte de las empresas. El diseño cualitativo, la unidad de análisis fueron 22 directivos de directivos de pymes manufactureras de Cataluña. Concluyeron afirmando que las pymes manufactureras carecen de un sistema de innovación continuo, por lo que están altamente condicionadas a estrategias de otras empresas líderes la ventaja competitiva puede lograr identificando las amenazas y la oportunidad de la empresa. Recomendaron que las futuras investigaciones sean teóricas no solo observar sino enfocar en los factores que conducen a la ventaja competitiva.

Bernal & Rodríguez (2019); plantearon como objetivo determinar el efecto que generan las tecnologías de la información y comunicación en la innovación para generar ventajas competitivas. El diseño que se utilizó fue el enfoque cualitativo-descriptivo, la unidad de análisis fueron fuentes bibliográficas. Concluyeron afirmando que las TIC permiten la evolución de las empresas logrando así alcanzar el éxito. Recomendaron que las futuras investigaciones deben ser cualitativas para poder comprobar las ventajas de los procesos de innovación.

Maziti, Chinyamurindi y Marango (2018); plantearon como objetivo investigar la relación entre los determinantes que afectan el desempeño de las pequeñas empresas. El diseño de la investigación fue cualitativo, la unidad de análisis fueron

275 propietarios de pequeñas empresas. Concluyeron mencionando que la innovación juega un papel importante para diferenciarse de la competencia logrando una ventaja competitiva significativa. Recomendaron que las investigaciones futuras deben ser comparativas para poder comprender los determinantes que influyen en los desempeños de estas entidades.

El mundo actual de los negocios es por naturaleza competitivo, lo que exige que las empresas se encuentren en constante búsqueda de mejoras con el fin de tener una mayor participación en el mercado (Goran & Mustafá, 2020, p.352); estas mejoras se refieren no solo a la creación y aplicación de nuevas ideas sino a la capacidad que debe tener la empresa de poder transferir, combinar y potenciar estas ideas para lograr desde el más pequeño hasta el más radical cambio dentro de una organización, logrando así una diferenciación, a este proceso de ejecución de nuevas ideas se le conoce como innovación y es considerada como la introducción de un nuevo o mejorado producto, bien o servicio, así como cualquier otra herramienta que permita a las empresas mejorar y continuar adaptándose a los cambios del entorno (Díaz y Guambi, 2018, p.213); antes, la innovación era considerada una ventaja competitiva para las empresas, con el paso del tiempo este concepto ha cambiado, haciéndose un requisito indispensable para la supervivencia de las organizaciones.

Para que un proceso de innovación sea exitoso, debe estar basado en la creación de conocimientos mediante un continuo proceso de aprendizaje, asegurando de esta manera su éxito, generando un posicionamiento en el mercado y por ende una ventaja competitiva sobre sus rivales, así mismo indica que un proceso de innovación no es algo que se dé espontáneamente, es la consecución de planteamientos, estrategias y evaluaciones previamente estudiadas y coordinadas, tomando en cuenta que el éxito o fracaso de su implementación tendrá repercusiones en la empresa (Sulistyo & Ayuni., 2020, p.5); existen estudios que afirman que la innovación se encuentra en constante evolución y que ya sea con enfoques, herramientas o formas diferentes de implementarla, nunca se dejará de utilizar (Marín & Cuartas, 2019, p.3).

Desde un punto de vista general, la innovación es vista como un factor fundamental que estimula la creación de valor y brinda a las organizaciones beneficios como: aumento de eficiencia, reducción de costos y cercanía con los

clientes, es por ello que los gerentes deben usarla para crear y mantener una sólida ventaja competitiva (Moruff et al., 2019, p.4); es considerada también una actividad generadora de valor y eje central del planteamiento de estrategias, algo que permite asegurar la supervivencia, durabilidad y mejor rendimiento de las organizaciones (Marín & Cuartas, 2019, p.2); dados los drásticos cambios del entorno, la innovación es considerada una de las estrategias más importantes para sobrevivir y ser exitosos en el ámbito empresarial, se quiera asumir o no, la globalización es un fenómeno que afecta a todas las organizaciones y estas deben estar preparadas para enfrentarla (Saldarriaga et al., 2019, p.153).

Dentro de toda empresa, la innovación continua se ha convertido en una necesidad básica, su buena implementación y ejecución dará como resultado la creación de una ventaja competitiva (Asturiano & Ari, 2018, p.9); muchas organizaciones se han visto en la obligación de implementar estrategias, procesos y modelos administrativos con el único fin de no quedar rezagadas en el mercado logrando así diferenciarse y mejorar a la competencia, para esto juega un papel fundamental el personal dentro de la organización ya que deben saber cómo implementar y ejecutar estos cambios, de nada sirve proponer cambios si no se van a poder ejecutar de la manera en la que fueron planteados (Canizales, 2020, p.50).

Las empresas deben tener en cuenta al plantear un proceso de innovación que se verán inmersos en un entorno altamente complejo y dinámico, por lo que deben contar con los recursos necesarios para asumir este cambio y afrontarlo de la mejor manera, siendo una de las estrategias más recomendadas el producir servicios o bienes difíciles de imitar por los competidores logrando así una posición ventajosa (Saldarriaga et al., 2019, p.153); si logran llevar a cabo un proceso de innovación exitoso, podrán adaptarse a los diferentes cambios y condiciones ambientales que el entorno les presente, ya que toda empresa innovadora tiene la característica de ser flexible, creativos, arriesgados y líder (Anning, 2018, p.5); si cuentan con todas estas características tendrán la capacidad y habilidad de mejorar, pudiendo reconfigurar su base de recursos y obteniendo así una ventaja competitiva considerable (Won et al., 2019, p.688).

La globalización ha obligado a las empresas a exigirse más e incrementar sus niveles de competitividad (Bernal & Rodríguez, 2019, p.85); ante este panorama, la innovación se vuelve el método más importante dentro de toda

organización, ya que permite llevar a la práctica el mejoramiento de procesos, nuevos productos, estrategias y el desarrollo de nuevas habilidades, se define entonces la innovación como, la conversión de una idea a un hecho, obligado a diferenciarse y marcar una notable ventaja competitiva, es importante considerar que la innovación es el factor más importante y clave de éxito en las empresas más reconocidas a nivel mundial (Saldarriaga et al., 2019, p.159).

La innovación en la mejora de los procesos permite mejorar la calidad de los productos, la reducción de costos y el tiempo de entrega; para esto, es necesario que la empresa asuma una postura competitiva, es por esto que se considera un factor importante en la ventaja competitiva (Asturiano & Ari, 2018, p.10); para que una empresa se considere exitosa debe a ver aventajado a sus competidores generando una rentabilidad mayor y esto lo podrá lograr reduciendo costos, y manteniendo una diferencia significativa frente a sus competidores (Won et al., 2019, p.697); la mejora de procesos relacionado a la innovación se refiere a una notable mejora en la calidad de los productos o servicios con el fin de generar una notable ventaja sobre los competidores (Goran & Mustafá, 2020, p.354).

Existen cuatro categorías para la innovación, una de ellas es la de procesos, que se define como la mejora significativa de un producto o servicio por medio de los cambios en la técnica, equipo o software partiendo de una idea (Jayani & Hui, 2018, p.45); cuando se habla de mejora de procesos no solo se refieren a los cambios dentro del área de producción sino también a potenciar la identificación de oportunidades y amenazas dentro de la organización para que puedan tomar decisiones y proponer cambios en sus recursos (Moruff et al., 2019, p.7); para que una empresa sea eficaz, necesita una estrategia coherente que defina la forma como se deben organizar y gestionar sus procesos para poder maximizar su rentabilidad (Diaz y Guambi, 2018, p.215); en escenarios de alta intensidad competitiva, las empresas también recurren a la innovación para evitar obsolescencias tecnológicas y anticiparse a los cambios del mercado, algo que les permite mejorar sus procesos, ampliar su gama de productos y obtener una posición ventajosa en el mercado (Marín & Cuartas, 2019, p.4).

Las empresas se encuentran en permanente vigilancia de su entorno para mantenerse informada de cómo se comporta el mercado, pero sobre todo su competencia (Moruff et al., 2019, p.4); debido a ellos es que todas las empresas se

ven a la obligación de implementar procesos continuos de innovación (Saldarriaga et al., 2019, p.154); para que las organizaciones desarrollen cualidades identificadas como ventajas competitivas se recurre a la implementación de un proceso de innovación con el fin de proporcionarles características propias, lo que les permitirá ser diferentes y mejores que sus competidores, este punto se ha vuelto indispensable para que la empresa no se vea perjudicada por su competencia (Asturiano & Ari, 2018, p.9); obtener una ventaja competitiva se convierte entonces en un papel fundamental para el posicionamiento de la empresa frente al mercado global (Bernal & Rodríguez, 2019, p.86).

La tecnología es una de las herramientas más usadas como fuente de innovación en las empresas debido a su influencia en el mejoramiento de productos o la creación de nuevos, permite también mantener un canal de comunicación directo con los clientes logrando así una ventaja competitiva para las organizaciones (Bernal & Rodríguez, 2019, p.92); es de gran importancia para el éxito empresarial debido a su influencia en la calidad y costo del producto o servicio, lo que permite que los procesos estén en evolución constante y pueda dar respuestas rápidas a la demanda del mercado (Maziti et al., 2018, p.7); la innovación tecnológica es importante en todas las áreas de la empresa pero sobre todo en las que tengan que ver directamente con los procesos de producción y fabricación de productos diferenciados, debido a la influencia que puedan tener estos sobre la captación, retención de los clientes, brindando así una importante ventaja competitiva (Won et al., 2019, p.2).

La innovación tecnológica se presenta después de un análisis dentro de la organización e implementación de un proceso de innovación, y es importante ya que no se puede hablar de innovación sin mencionar los cambios tecnológicos (Pizzi y Ahedo, 2019, p.698); La digitalización crea nuevas formas para que las empresas creen valor añadido empresarial, modernizar las empresas comerciales mediante la combinación de tecnologías digitales, recursos físicos y la creatividad de las personas es un paso esencial en la transformación empresarial innovadora que puede constituir una ventaja competitiva (Moruff et al., 2019, p.39); es importante resaltar que no todo se trata de invertir en tecnología, se necesita también invertir en personal competente que pueda dar el uso adecuado a las implementaciones tecnológicas (Bernal & Rodríguez, 2019, p.87); para garantizar

el éxito en todo proceso de innovación se deben seguir y aprovechar al máximo los beneficios tecnológicos, de esta manera se conseguirá obtener una ventaja competitiva frente a la competencia (Maziti et al, 2018, p.7).

Toda organización que desee ejecutar de manera exitosa un proceso de innovación debe considerar el capital humano como su recurso más valioso y deben buscar la manera más productiva de administrar sus conocimientos y crear ambientes laborales que permitan la adquisición, transferencia y uso de estos conocimientos (Moruff et al., 2019, p.3); las empresas han aprendido a considerar el conocimiento como una pieza fundamental para su continua evolución y posicionamiento en el mercado (Silva, 2017, p.94); para implementar un proceso de innovación tecnológica y lograr que tenga el impacto esperado se debe contar con el capital humano que pueda potenciar su uso y resultados (Canizales, 2020, p.52); una organización liderada por el enfoque del empoderamiento consigue alcanzar las metas propuestas logrando ser líder y manteniéndose en esta posición (Sulystio, Ayuni, 2020, p.137).

La innovación no solo se limita a aspectos tecnológicos sino también a la aplicación del conocimiento que se origina del capital humano (Moruff et al., 2019, p.3); es decir, la ventaja competitiva ya no está basada solo en capital y activos fijos, resulta tan o más importante la canalización adecuada del conocimiento que es capaz de aportar el talento humano (Saldarriaga et al., 2019, p.156); una de las características más importantes que debe tener un colaborador es la capacidad de liderazgo, siendo esta cualidad importante para cultivar el ajuste estratégico de una organización mejorando así su postura competitiva (Anning, 2018, p.2).

Los clientes no buscan productos, sino las soluciones que estos presentan, es por esto que una empresa capaz de satisfacer las necesidades de sus clientes con propuestas innovadoras logra mantener una mejor posición en el mercado (Asturiano & Ari, 2018, p.9); toda organización debe buscar crear y brindar productos de alta calidad a un precio adecuado para lograr la captación y retención de clientes, para esto la alta dirección debe invertir en investigación y desarrollo ya que esto estimulará la innovación y podrá brindar mejores ofertas manteniendo considerables ventajas competitivas (Moruff et al., 2019, p.6); toda empresa busca la manera de ofrecer algo mejor y diferente, esto implica un riesgo que cada

organización debe asumir con el fin de mantener una ventaja competitiva en el mercado (Díaz y Guambi, 2018, p.216).

Es importante considerar también la experiencia del consumidor y la del usuario ante los productos o servicios brindados, de esta manera se puede establecer una relación emocional entre el cliente y la empresa (Bernal & Rodríguez, 2019, p.92); para afrontar el mercado cambiante y competitivo que en el que se encuentran se ven obligadas a crear nuevos productos perennemente o mejorar los productos ya creados, brindándoles valor agregado, solo así lograrán obtener la ventaja competitiva necesaria para mantenerse en el mercado y expandir su cartera de clientes (Maziti et al., 2018, p.7).

Se considera una fuerte barrera dentro de un proceso de innovación el que las empresas no estudien el mercado antes de actuar en el (Asturiano & Ari, 2018, p.15); considerar que la ventaja competitiva es estable es el peor error que puede cometer una organización, ya que esto los hace confiarse arriesgándose a caer en la obsolescencia (Bernal & Rodríguez, 2019, p.93); la poca diversificación de los productos se convierte también en un riesgo latente de fracaso, es por ello que las organizaciones deben mantener un continuo proceso de desarrollo de productos que cumplan con la característica principal que es satisfacer la necesidad de los clientes (Moruff et al., 2019, p.6); por medio de las capacitaciones continuas las organizaciones pueden terminar con una de las barreras más imponentes dentro de toda organización durante un procesos de innovación, el miedo a intentar algo nuevo (Díaz y Guambi, 2018, p.215).

III. METODOLOGÍA

El tercer capítulo abordó la metodología sobre la que se desarrolló la investigación, para ello se definió el tipo y enfoque para realizar la búsqueda de información en repositorios reconocidos en el mundo científico, con el fin de encontrar artículos que cumplan con los requisitos necesarios para ser tomados en cuenta, ya que la fundamentación de toda investigación debe estar en la base teórica que se utiliza para sustentar las afirmaciones o negaciones que se realicen a lo largo de la investigación, se trabajó con repositorios reconocidos por la calidad de artículos que brinda así mismo se realizaron una serie de filtros para poder elegir artículos que nos sirvan como fundamento teórico confiable.

3.1 Tipo y enfoque de investigación

Una revisión sistemática es un resumen de evidencias realizada por un experto de un tema determinado, para ello se utilizó un riguroso proceso de selección de información eliminando sesgos y sintetizando la información para extraer las conclusiones sobre los datos recopilados de forma sistematizada (Donato y Donato, 2019, p.227); se considera al menos tres bases de datos con el fin de incluir todo el contenido correspondiente a la investigación, según esta teoría, la presente investigación es de tipo de revisión sistemática.

La naturaleza del conocimiento científico tiene como ángulo la explicación causal de los problemas que se definen como objeto de estudio (Aguilera, 2017, p.87); por todo lo antes mencionado, la presente investigación es de tipo de revisión sistemática y tiene un enfoque cualitativo ya que se recopilan datos para llegar a una conclusión.

3.2 Protocolo y registro

Para realizar búsquedas de manera más rápida, se pueden usar herramientas tecnológicas que permitan ubicar, transcribir y codificar la información encontrada (Dagnino et al., 2020, p.59); Es recomendable realizar un registro de cada artículo con un breve resumen de cada uno (Arnau y Sala, 2020, p.11); se realizó una revisión sistemática de artículos publicados sobre gestión de la innovación como herramienta generadora de ventajas competitivas, para ello se realizaron búsquedas en diferentes bases de datos.

Tabla 2

Protocolo y registro

Base de datos	Resultados	Búsqueda de palabras clave y otros filtros aplicados
Ebsco	246	(Innovación como herramienta de ventaja competitiva Innovation as a tool for competitive advantage) o (resultado de una innovación y resultado o fan innovation); la diferencia ventaja competitiva y competitividad; (gestión de (Innovación como herramienta de ventaja competitiva Innovation as a tool for competitive advantage) o (resultado de una innovación y resultado o fan innovation); la diferencia ventaja competitiva y competitividad;(gestión de innovación Y innovation management); (metodología de investigación) ;(los pasos de una investigación de revisión sistemática).
ProQuest	29	(Innovación y ventaja competitiva and Innovation and competitive advantage); Innovación como herramienta de ventaja competitiva o los medios para lograr ventaja competitiva; la diferencia ventaja competitiva y competitividad; gestión de innovación; metodología de investigación; los pasos de una investigación de revisión sistemática.
EBSCO host	50	(Innovation and competitive advantage); Innovation a tool for competitive o los medios para lograr ventaja competitiva; la diferencia ventaja competitiva y competitividad; gestión de innovación; metodología de investigación.
Scielo en ingles	76	(Innovación y ventaja competitiva and Innovation and competitive advantage); (Innovación como herramienta de ventaja competitiva Innovation as a tool for competitive advantage) o (resultado de una innovación y resultado o fan innovation); la diferencia ventaja competitiva y competitividad;(gestión de innovación Y innovation management); (metodología de investigación).
Scopus	250	(Innovación y ventaja competitiva and Innovation and competitive advantage); (Innovación como herramienta de ventaja competitiva Innovation as a tool for competitive advantage) o (resultado de una innovación y resultado o fan innovation); la diferencia ventaja competitiva y competitividad;(gestión de innovación Y innovation management); (metodología de investigación).

3.3 Criterios de elegibilidad

La manera adecuada de seleccionar información de un tema específico es mediante una revisión de títulos, valorando la calidad de la información proporcionada (Tramullas, 2020, p.3); dentro de los procesos de exclusión se debe considerar el tema a investigar, así como los idiomas que se incluirán para evitar los sesgos (Donato y Donato, 2019, p.227); los criterios de búsqueda delimitados para verificar la importancia en el tema de estudio fueron que los títulos de los artículos contaran con una de las variables a estudiar y que hayan sido publicados entre 2017 y 2021, las palabras clave utilizadas para la elección de los artículos se encuentra detallada en la tabla número tres.

Tabla 3

Criterios de elegibilidad

Innovación	Competitividad	Competitive intensity
Talento humano	Benchmarking	Product innovation
Gestión de innovación	Mejora de procesos	Information
Barreras de innovación	Innovación del conocimiento	Generation of knowledge
Tecnología	Modelo de negocio	Process innovation
Innovación y desarrollo	Empoderamiento	Market innovation
Ventaja competitiva	Innovación empresarial	Production system
Comunicación	Mercado	Technology
Tecnología de información y comunicación	Competencia	Innovation capacity
Competencia	Avance de tecnología	Entrepreneurship capacity
	productividad	Sustainability

3.4 Fuentes de información

La revisión bibliográfica requiere una exhaustiva búsqueda de manera objetiva y precisa, se da antes de comenzar con una investigación, la información obtenida permite obtener las bases del conocimiento (Donato & Donato, 2019, p.232); generalmente, las revisiones bibliográficas se deben realizar al inicio de la investigación, pero se evalúa a lo largo de toda la investigación (Arnau y Sala, 2020, p.3); en esta investigación se utilizaron un total de 51 artículos (Anexo 1).

3.5 Búsqueda

Para poder seleccionar los trabajos pertinentes, la búsqueda de la información debe ser directa y clara (Tramullas, 2020, p.7); en esta etapa se presenta la base de datos utilizada para el estudio, donde se incluyen las herramientas que se utilizaron para la exclusión de artículos y eliminación de sesgo (Linares, Hernández, Domínguez, Fernández, Hevia, Padilla y Ribal, 2018, p.4).

Se usaron repositorios reconocidos en el entorno científico, con el fin de garantizar la búsqueda de artículos de calidad y que hayan sido utilizados en

investigaciones anteriores, se ubicaron un total de 627 artículos, después de haber realizado la exclusión según los criterios establecidos, se tomaron 51 artículos que cumplieron con todos los criterios necesarios para la elaboración de la investigación.

Tabla 4

Búsqueda

Fuente	Artículos con la variable innovación,	Exclusión No relacionado con el variable	Exclusión Por año e indizado	Exclusión de artículos duplicados	Artículos con información relevante
Ebsco	246 artículos	169 artículos	94 artículos	50 artículos	25 artículos
Scielo	105 artículos	96 artículos	242 artículos	75 artículos	12 artículos
Scopus	150 artículos	98 artículos	101 artículos	29 artículos	7 artículos
Scielo ingles	76 artículos	20 artículos	15 artículos	13 artículos	5 artículos
Ebsco host	50 artículos	44 artículos	35 artículos	12 artículos	2 artículos
Total	627 artículos	427 artículos	282 artículos	179 artículos	51 artículos

3.6 Selección de estudios

Con la adecuada identificación de palabras clave se puede realizar una selección de estudios adecuada al tema de investigación (Arnau y Sala, 2019, p.119); es necesario llevar a cabo filtros de selección como título, resumen, y el texto completo, esto con el fin de elegir todas aquellas publicaciones científicas que tengan relación directa con la variable de estudio (Donato & Donato, 2018, p.48); bajo este fundamento se procedió a realizar una selección rigurosa de los artículos más relevantes y que mejor definan la variable en estudio, separando los artículos que presenten sesgos en la información no perder el enfoque de lo que se busca analizar; los criterios utilizados fueron, artículos con poco ruido conceptual, y que consideren un mínimo de tres de los factores seleccionadas para la investigación, así como la variable principal que es la gestión de la innovación. (Anexo 2)

3.7. Proceso de extracción de estudios

El proceso de extracción se realiza para eliminar duplicados y falsos positivos y se realizan en diferentes repositorios (Gualda & Rebollo, 2020, p.156); una vez finalizada la selección, se debe obtener toda la información relacionada a la pregunta de revisión, estos datos, deben ser tabulados en un formulario de recolección (Moreno et al., 2018, p.185); para la selección de los artículos usados en esta investigación, se tuvo como criterio de búsqueda la variable en estudio en buscadores reconocidos, como Ebsco, Scopus, Scielo, luego se realizó un proceso de análisis para eliminar artículos que no tuvieran información importante; los pasos de este proceso de extracción se presentan en la figura número uno.

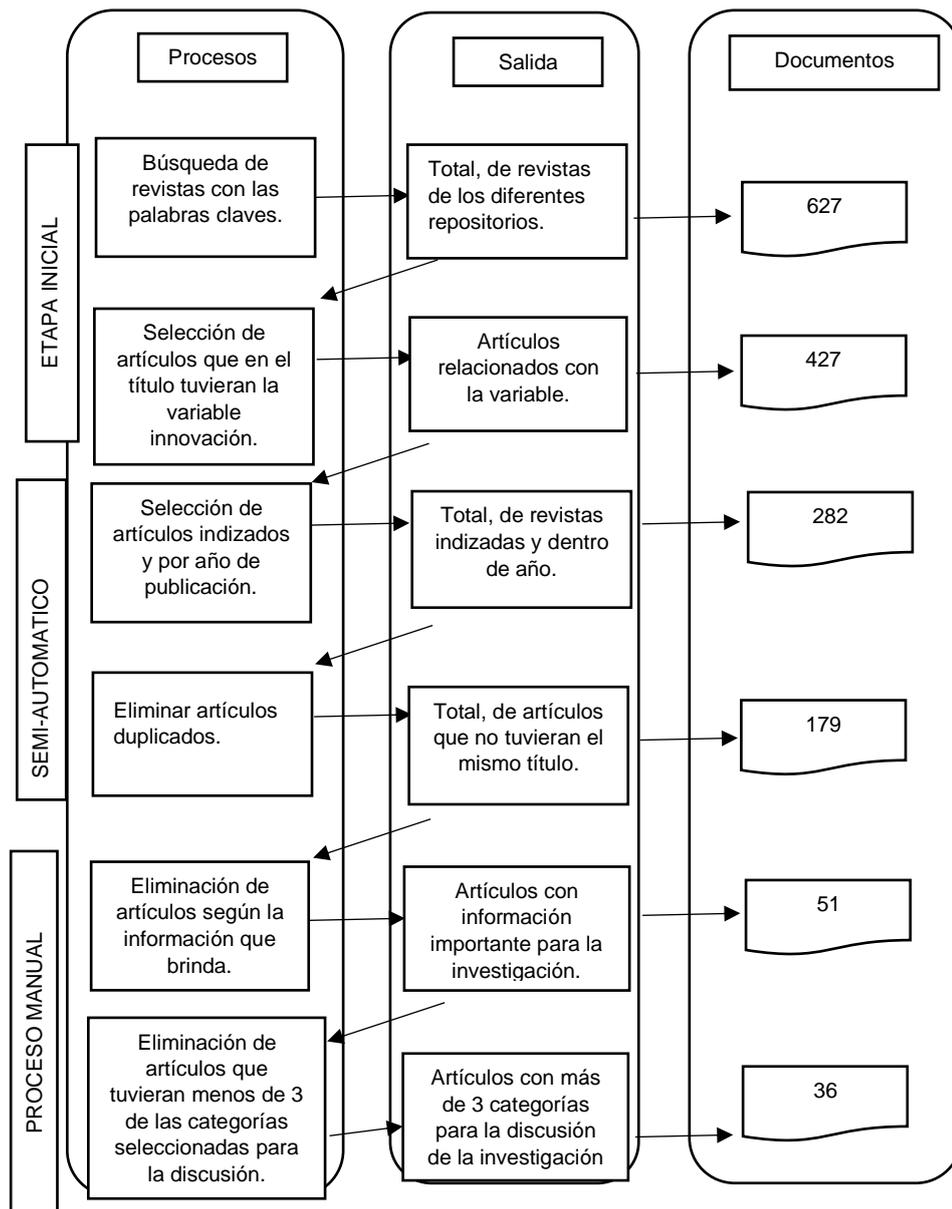


Figura 1

Proceso de extracción de datos.

3.8. Lista de estudios

Los datos deben ser presentados de forma específica, clara y concisa (Gualda & Rebollo, 2020, p.20); establecer un método que ayude a estructurar y desarrollar la perspectiva teórica de una investigación para resaltar el enfoque es de mucha importancia (Arnau y Sala, 2020, p.13); es por ello que se procedió a definir la variable y los conceptos usando al autor que mejor las describiera, con el propósito de dar a conocer en pocas líneas la idea general tanto de la variable como los factores sometidos a estudio en la investigación.

Tabla 5

Lista de datos

Categorías	Concepto
Gestión de la innovación	La innovación es la búsqueda de nuevas ideas, desarrollando conocimientos para adaptarse al entorno cambiante lanzando nuevos productos para alcanzar ventajas competitivas por medio de la diferenciación. (Saldarriaga et al., 2019, p.153); es un proceso clave de las empresas, pues permite la creación de ventajas competitivas, gracias a la introducción de productos y servicios nuevos o mejorados al mercado, es una ventaja competitiva difícil de imitar por la competencia, permite hacer de ella una fortaleza que permite alcanzar los objetivos organizacionales (Díaz y Guambi, 2018, p.213); es la implementación y creación de tecnologías aplicadas a nuevos sistemas, políticas, programas, productos con procesos y servicios para la organización. También se define como la capacidad de absorber y utilizar información externa para transferirla a nuevos conocimientos (Sulistyo & Ayuni, 2020, p.5).
Mejora de procesos	La mejora de proceso es la integración basada en la creación, difusión y el uso de conocimiento, perfeccionando constantemente cada detalle de los productos finales, y la calidad para lograr objetivos de una empresa (Wahyono, 2019, p.12); la innovación de los procesos se refiere a los cambios en la forma en la que una organización crea y entrega sus productos o servicios (Asturiano & Ari, 2018, p.10); el término de innovación de procesos implica crear y mejorar el método de producción y la adopción de nuevos elementos para la empresa es decir es la medida en que las empresas modifican los sistemas para mejorar la entrega de valor (Anning, 2018, p. 5).
Desarrollo de productos	La innovación de productos se refiere a los elementos necesarios para aumentar el valor agregado de los productos o servicios, la creación de nuevas líneas, la identificación de nuevos mercados lo que permitirá tener una ventaja sobre los competidores (Vega, Martínez, Parga y Bautista., 2020, p.1686); para el desarrollo de producto es importante tomar en cuenta la experiencia del usuario ante los productos o servicios que ofrece la empresa, ya que esto permite establecer una relación entre el cliente y la organización de manera emocional (Bernal & Rodríguez, 2019, p.92); los ciclos de vida más cortos de los productos han reducido los beneficios de la innovación es por esto que todas las empresas deben buscar el desarrollo de nuevos productos para poder introducirlos a mercado y mantener una ventaja competitiva (Benavides y Bolaños, 2020, p.224).
Benchmarking	La intensidad competitiva se refiere al grado de competencia a la que se enfrenta una empresa en el mercado en el que opera. Esto quiere decir que los clientes tienen más alternativas para satisfacer sus necesidades, cuando la competencia se intensifica las empresas experimentan fuertes presiones hacia la rentabilidad y reducción de precios lo que resulta en márgenes de beneficio más estrechos tanto es por esto que el compararse con empresas de características similares o mejores permite mejorar continuamente los productos servicios y procesos brindando estrategias que permitan hacer frente a la competencia y generar una ventaja competitiva (Marín & Cuartas, 2019, p.3); los competidores han sido vistos como factores críticos que influyen en los procesos de investigación y desarrollo de nuevos y mejoras de productos (Moruff et al., 2019, p.4); La competitividad es vista como un factor primordial dentro de los mercados, brinda la posibilidad de expansión y prosperidad y permite llegar a la competitividad mediante cualidades superiores, unidas a la estructura del mercado y de los condicionantes generales del entorno en que se desenvuelven las empresas (Saldarriaga et al., 2019, p. 156).
Desarrollo de tecnología	La tecnología es una herramienta para mejorar los nuevos procedimientos utilizando las habilidades y conocimientos con el propósito de alcanzar el éxito de una empresa. (Ulrich, 2019, p.2); la innovación tecnológica permite encontrar la capacidad de aplicar el conocimiento para transformar recursos en productos a través de rutinas es decir desarrollo tecnológico y capacidades operativas (Berenger & Gois, 2018, p.350); el uso de herramientas en la fase temprana del proceso de innovación tiene una influencia positiva sobre la innovación de un producto las herramientas que son más utilizadas por las empresas en la fase de generación de ideas tiene una relación positiva y directa sobre la innovación de productos (Seclen y López, 2020, p.128).
Talento humano	Para que exista una innovación es importante reconocer el capital humano el principal eje de una organización ya que ellos generan el origen a las innovaciones. (Cruz, Velásquez y Pérez, 2020, p.444); el poder satisfacer las necesidades de los clientes es responsabilidad netamente de la organización es aquí donde la planificación, los suministros en forma y tiempo y se debe determinar la manera de realizar las operaciones involucradas todo esto depende del talento humano con el que cuenta la organización y la capacidad de los mismos (Montejano et al., 2017, p.58); la gestión del conocimiento influye la innovación de productos como también tiene tanto directo y relaciones indirectas con la ventaja competitiva (Wahyono, 2019, p.19).
Barreras	Las barreras son limitaciones internas, que influye la incertidumbre del riesgo en los altos costos en el proceso de innovación (Suarez y Yoguel, 2020, p.3); una de las barreras más recurrentes en todo proceso de innovación es el miedo al cambio ya que el sacar a un empleado de su zona de confort y asignarle distintos objetivos a los ya establecidos fomenta inseguridad en los colaboradores lo que no permite un correcto desenvolvimiento en sus actividades (Vélez et al., 2019, p.59); una barrera para la innovación es la ausencia o falta de financiamiento de las empresas lo que no permite realizar la etapa de investigación y desarrollo (Silva, 2017, p. 101).

3.9 Aspectos éticos

El aspecto ético obliga a los investigadores a seguir algunos códigos, pautas y reglamentos que deben guiar a los investigadores en el camino a su objetivo científico (Tramullas, 2020, p.3); a su vez es la disciplina científica que estudia los aspectos éticos, que permita superar las limitaciones en los ámbitos de la investigación, dominios cognitivos, emocionales y sociales, a fin de responder a una perspectiva personal, profesional y también cívica (Campillay, Rivas, Dubó y Calle, 2020. p.53); por lo antes mencionado podemos afirmar que la investigación se desarrolló con absoluta veracidad, siguiendo los principios éticos de la universidad y cumpliendo con los parámetros necesarios para el uso de la información obtenida, se utilizó la herramienta Turnitin para verificar el nivel de copia de la investigación y mantener los parámetros establecidos.

IV. RESULTADOS

El cuarto capítulo informó acerca de los resultados de los artículos utilizados en la investigación, es importante mencionar que, según autores, el fin de una revisión sistemática es proveer una herramienta práctica para la toma de decisiones, por lo que la presentación de los resultados es de mucha importancia (Moreno et al., 2018, p.184); es decir, facilitan y resumen los contenidos de diferentes artículos que tratan sobre un tema en específico, buscando el mejor nivel en las conclusiones para que las decisiones que se tomen respondan a las necesidades de la investigación (Donato y Donato, 2019, p.227); los resultados se han articulado de manera que se identifique de manera clara y concisa los enfoques desde los que, cada categoría fue estudiada, los enfoques seleccionados son: enfoque operativo, estratégico, de procesos y emprendedor, en cada artículo se identificó la aplicación según los autores a la realidad a la que pertenecían, información que va a permitir realizar la categorización de artículos según la perspectiva desde la que fue abordada.

Tabla de búsqueda por año.

Un aspecto importante a considerar es la necesidad de establecer criterios de búsqueda para limitar los resultados, uno de los filtros de limitación debe ser el año de publicación del artículo, dependiendo de cada país esto varía entre cinco y diez años (Arnau y Sala, 2020, p.7); para efectos de esta investigación, se tomaron artículos con un rango de publicación entre los años 2017 – 2021. Así mismo, es importante mencionar el año de las publicaciones para saber cómo ha ido

evolucionando en el tiempo el tema de investigación (Carrizo y Moller, 2018, p.48); establecer un límite de años dentro de la investigación es importante, ya que permite ver de qué manera la variable de investigación ha ido cambiando.

En esta investigación se ha tomado un total de 36 artículos científicos, del total de seleccionados, se cuenta con 11 publicados en el año 2020 lo que equivale a un 31% del total, se cuenta con 7 artículos publicados en el año 2017, lo que equivale 19%, del año 2018 se cuentan con 10 artículos, equivalentes a un 28% del total, mientras que, del año 2019 son 8 artículos que equivale a 22% es importante mencionar que solo se han utilizado artículos dentro del rango de años de 2017 - 2021, ya que se necesitan obtener resultados actuales sobre el estudio tanto de las variables como de los enfoques desde los que fueron abordados estos artículos.

Tabla 6

Tabla de búsqueda por año

No	Revista	2017	2018	2019	2020	
1	Innova research journa	1				1
2	Contaduría y administración		1	1	1	3
3	Business strategy		1			1
4	Emerging markets journa				1	1
5	Revista venezolana de gerencia			1	1	2
6	International marketing review		1			1
7	Technology analysis & strategic management			1		1
8	Scientia & technica			1		1
9	Science of human action			1		1
10	Acimed	1				1
11	Proceedings of the european conference on knowledge Management				1	1
12	Research innovation development	1				1
13	Management and production engineering review	1				1
14	Revista de administração de empresas		2			2
15	Ciencias económicas				1	1
16	Revista de ciencias administrativas y sociales				1	1
17	Information systems management	1				1
18	Small business international review	1				1
19	Journal of management development			1		1
20	Revista de sociología			1		1
21	International Journal of Cuban studies				1	1
22	Revista de ciencias sociales			1	1	2
23	Revista de gestión contemporánea acreditado por dhe		1			1
24	Utopia y praxis latinoamericana				1	1
25	Journal of innovation & knowledge		1			1
26	Journal of economics		3			3
27	Clío América	1				1
28	Baltic journal of management				1	1
29	Innova				1	1
	Total	1	10	8	11	36

Tabla de búsqueda por cuartil.

Dentro de toda investigación es importante identificar la calidad de cada artículo, ya que no se puede producir una buena revisión sobre la base de una investigación débil (Donato, Donato, 2019, p.227); este proceso permite establecer la relevancia de cada artículo para distinguir entre artículos primarios y secundarios (Carrizo y Moller, 2018, p.49); la tabla nueve nos permite ver la importancia relativa de cada

artículo según Scimago, así como la agrupación de artículos según las revistas en las que fueron publicadas., teniendo como resultado que un 36% del total se encuentra en cuartil uno, un 19% se encuentra en cuartil dos y un 28% en cuartil tres, lo que indica que más de un 50% han sido citados en diferentes investigaciones, lo que respalda la calidad de los resultados que se van a trabajar en esta investigación.

Tabla 8

Tabla de búsqueda por cuartil

No	Revista	Q1	Q2	Q3	Q4	
1	Innova research journa		1			1
2	Contaduría y administración			3		3
3	Business strategy	1				1
4	Emerging markets journa		1			1
5	Revista venezolana de gerencia			2		2
6	International marketing review	1				1
7	Technology analysis & strategic management		1			1
8	Scientia & technica				1	1
9	Science of human action				1	1
10	Acimed				1	1
11	Proceedings of the european conference on knowledge Management				1	1
12	Research innovation development	1				1
13	Management and production engineering review		1			1
14	Revista de administração de empresas			2		2
15	Ciencias económicas		1			1
16	Revista de ciencias administrativas y sociales				1	1
17	Information systems management	1				1
18	Small business international review	1				1
19	Journal of management development	1				1
20	Revista de sociología		1			1
21	International Journal of Cuban studies			1		1
22	Revista de ciencias sociales			2		2
23	Revista de gestión contemporánea acreditado por dhe	1				1
24	Utopia y praxis latinoamericana	1				1
25	Journal of innovation & knowledge	1				1
26	Journal of economics	3				3
27	Clío América				1	1
28	Baltic journal of management		1			1
29	Innova	1				1
	Total	13	7	10	6	36

4.3 Matriz de categorización

Independientemente del tipo de investigación que se realice, es recomendable organizar las referencias y realizar un resumen de cada artículo, este procedimiento facilita la comparación y el análisis crítico de cada uno de ellos, para luego ordenarlas de acuerdo a diferentes criterios (Arnau y Sala, 2020, pp.11,12-13); la selección de estudios se debe realizar considerando las metodologías y se extraen los datos de acuerdo a las necesidades de cada estudio (Fernández, King & Enríquez, 2019, p.90); en esta investigación se clasificó según el criterio de enfoques teóricos, estableciendo cinco enfoques que serán abordados a lo largo de la investigación.

Tabla 8

Matriz de categorización 1a

Criterio de clasificación	Cat 1	Cat 2	Cat 3
Enfoque Procesos	<p>Innovación</p> <p>(Díaz y Guambi, 2018; Moruff et al., 2019; Nanath & Pillai, 2017; Marín & Cuartas, 2019; Wahyono, 2019; Cruz et al., 2020; Jayani & Hui, 2018; Álvarez, 2018; Canizales, 2020)</p>	<p>Mejora de procesos</p> <p>(Díaz y Guambi, 2018; Nanath & Pillai, 2017; Montejano et al., 2017; Wahyono, 2019; Jayani & Hui, 2018; Álvarez, 2018; Silva, 2017; Canizales, 2020)</p>	<p>Benchmarking (Moruff et al., 2019; Marín & Cuartas, 2019)</p>
	<p>(Asturiano, 2018; Anning, 2018; Bernal y Rodríguez, 2019; Ismael & Saḡsan, 2020; Ferreira et al., 2019; Berenguer & Gois, 2018; Secien y López, 2020; Vega et al., 2020; González, Fernández, 2020; Acuna, Castillo, 2018; Vélez et al., 2019; Canizales, 2020)</p>	<p>(Asturiano, 2018; Anning, 2018; Bernal, Rodríguez, 2019; Ismael & Saḡsan, 2020; Ferreira et al., 2019; Sitorath, Thepparat & Wannoo, 2017; Berenguer & Gois, 2018; Vega et al., 2020; Acuna, Castillo, 2018; Vélez et al., 2019; Rachinger et al., 2019)</p>	<p>(Asturiano, 2018; Bernal, Rodríguez, 2019; Ismael & Saḡsan, 2020; Ferreira et al., 2019; Vélez et al., 2019)</p>
Enfoque estratégico			
Enfoque operativo	<p>(Espejel, Illescas, Hernández, Santos & Ramirez, 2018; Won et al., 2019; Yepes, 2019; Mukarto, Gatot, Ari & Wiwi, 2020)</p>	<p>(Espejel et al., 2018; Won et al., 2019; Yepes, 2019; Mukarto, Gatot, Ari & Wiwi, 2020)</p>	<p>(Mukarto et al., 2020)</p>
	<p>(Sulystio & Ayuni, 2020; Ochoa et al., 2017; Hernández & Sánchez, 2017; Berenger & Gois, 2018; Benavides y Bolaños, 2020; Pizzi y Ahedo, 2019; Maziti et al., 2018; Pérez, 2018; Saldarriaga et al., 2019)</p>	<p>(Sulystio & Ayuni, 2020; Ochoa et al., 2017; Hernández Sánchez, 2017; Berenger & Gois, 2018; Benavides y Bolaños, 2020; Pizzi y Ahedo, 2019; Pérez, 2018; Saldarriaga et al., 2019)</p>	<p>(Pizzi y Ahedo, 2019; Pérez, 2018; Saldarriaga, Guzman y Concha, 2019)</p>
Enfoque emprendedor			

Tabla 9

Matriz de categorización 1b

Criterio de clasificación	Cat 3	Cat 4	Cat 5
		Desarrollo de tecnologías	Talento humano
Enfoque aplicado	<p>Benchmarking (Moruff et al., 2020; Marín, Cuartas, 2018)</p> <p>(Asturiano, 2018; Bernal y Rodríguez, 2019; Ismael & Saḡsan, 2020; Ferreira et al., 2019)</p>	<p>(Moruff et al., 2020; Nanath & Pillai, 2017; Montejano, et al., 2017; Marín & Cuartas, 2018; Cruz et al., 2020; Álvarez, 2018; Carrizales, 2020)</p> <p>(Asturiano, 2018; Bernal, Rodríguez, 2019; Sirorath et al., 2017; Seclen, López, 2020; Vega et al., 2020; Acuna, Castillo, 2018; Rachinger et al., 2019)</p>	<p>(Díaz y Guambi, 2018; Moruff et., 2020; Montejano et al., 2017; Marín, Cuartas 2018; Wahyono, 2019; Cruz et al., 2020; Jayani & Hui, 2018; Álvarez, 2018; Fagerlin & Wang, 2020; Canizales, 2020)</p> <p>(Asturiano, 2018; Ismael & Saḡsan, 2020; Ferreira et al., 2019; Sirorath, et al., 2017; Seclen, López, 2020; Vega et al., 2020; Gonzalez, Fernandez, 2020; Acuna, Castillo, 2018; Vélez et al., 2019)</p>
Enfoque estratégico	<p>(Mukarto et al., 2020)</p>	<p>(Won et al., 2019)</p>	<p>(Espejel et al., 2018; Won et al., 2019; Yepes, 2019; Mukarto et al., 2020)</p>
Enfoque operativo	<p>(Pizzi & Ahedo, 2019; Perez, 2018; Saldarriaga, Concha, 2019)</p>	<p>(Sulystio & Ayuni, 2020; Ochoa et al., 2017; Hernandez Sanchez, 2017; Berenger & Gois, 2018; Pizzi & Ahedo, 2019; Maziti et al., 2018; Perez, 2018; Saldarriaga et al., 2019)</p>	<p>(Sulystio & Ayuni, 2020; Ochoa et al., 2017; Hernández Sánchez, 2017; Berenger & Gois, 2018; Benavides y Bolaños, 2020; Pizzi & Ahedo, 2019; Maziti et al., 2018; Perez, 2018; Saldarriaga et al., 2019)</p>
Enfoque emprendedor			

Tabla 10

Matriz de categorización 1c

Criterio de clasificación	Cat 6	Cat 7
Enfoque aplicado	<p>Desarrollo de productos (Díaz y Guambi, 2018; Sanjo et al., 2020; Montejano, et al., 2017; Jayani & Hui, 2018; Silva, 2017; González, Fernández, 2020; Acuna y Castillo, 2018; Pérez, 2018)</p>	<p>Barreras (Díaz y Guambi, 2018; Cruz et al., 2020)</p>
Enfoque estratégico	<p>(Asturiano, 2018; Bernal, Rodríguez, 2019; Ismael & Sağsan, 2020; Ferreira et al., 2019; Siroth et al., 2017; Seclen y López, 2020; Vega et al., 2020)</p>	<p>(Asturiano, 2018; Acuna & Castillo, 2018; Vélez et al., 2019)</p>
Enfoque operativo	<p>(Mukarto et al., 2020; Yepes, 2019)</p>	
Enfoque emprendedor	<p>(Benavides y Bolaños, 2020; Pizzi & Ahedo, 2019; Maziti et al., 2018; Perez, 2018; Saldarriaga et al., 2019)</p>	<p>(Berenger & Gois, 2018; Benavides y Bolaños, 2020; Pizzi & Ahedo, 2019)</p>

V. DISCUSIÓN

Objetivo 1. Plantear una clasificación para determinar los factores que impulsan la innovación y su impacto como herramienta generadora de ventaja competitiva.

Hace algunas décadas la innovación era considerada una ventaja competitiva para las organizaciones, hoy en día, debido al proceso de globalización es un requisito indispensable para la supervivencia de las mismas; considerando que la innovación permite el mejoramiento de productos o servicios brindados, bajo criterios de valor agregado a fin de satisfacer las necesidades de los clientes (Saldarriaga et al., 2019; Marín & Cuartas, 2019; Ochoa et al., 2017); existen diferentes factores que se deben desarrollar para poder implementar un proceso de innovación exitoso, lo que, permitirá que las empresas sean de cualquier rubro puedan obtener y mantener una ventaja competitiva (Sulystio & Ayuni, 2020; Berenguer & Gois, 2018); vista desde diferentes perspectivas, la innovación entonces puede ser considerada como la creación de algo nuevo o el mejoramiento de un producto o servicio ya existente, esto depende de cada organización y de los recursos con los que cuenten (Hernández & Sánchez, 2017; Pizzi y Ahedo, 2019; Saldarriaga et al., 2019; Marín & Cuartas, 2019; Bernal & Rodríguez, 2019).

Para lograr la efectividad en las organizaciones se deben considerar la mejora en los procesos, de esta manera la organización conseguirá disminuir costos, ofrecer diversos productos y mantener una ventaja competitiva frente a sus rivales (Saldarriaga et al., 2019; Pérez, 2018; Maziti et al., 2018); todo proceso debe ser debidamente controlado, para poder corregir y brindar retroalimentación a los colaboradores a tiempo y evitar pérdidas (Montejano et al., 2017); todo proceso de innovación está relacionado con continuos cambios en los procesos e implementación de mejoras continuas, en tal sentido la innovación se convierte en un hábito organizacional que debe estar soportado en la formación continua para la generación de cambios reales en los procesos y la mejora permanente, esto requiere de un liderazgo adecuado para poder llevar a cabo estos cambios con éxito (Pérez, 2018; Benavides y Bolaños, 2020; Pizzi y Ahedo, 2019).

El talento humano es uno de los principales factores estratégicos para alcanzar el resultado esperado de la empresa, por el cual es necesario considerar las funciones del personal, trabajo en equipo, ambiente donde pueda surgir nuevas

ideas innovadoras, implementación de nuevos procesos que permita generar valor a la empresa (Yepes, 2019); sin embargo; existe algunos empresarios que carecen de la habilidades de gestión, que tienen dificultad para dar solución inmediata a un problema que puede suceder en alguna de las áreas de la empresa. (Pizzi y Ahedo, 2019; Maziti et al., 2018).

Objetivo 1a. Plantear una clasificación para la aplicación de la innovación desde un enfoque emprendedor, generando mayores ventajas competitivas.

La innovación, vista desde diferentes ámbitos y enfoques se plantea desde distintas áreas de una organización, sin embargo, en la revisión de la literatura, se afirma que el factor de mayor importancia es el capital humano, ya que de ellos parte todo proceso de innovación exitoso, en las pequeñas empresas, resulta más sencillo establecer un ambiente organizacional idóneo para los procesos de innovación ya que la estructura organizacional es más sencilla, los canales de comunicaciones más abiertos, el ambiente que se genera permite la cohesión y confianza, lo que posibilita un intercambio de ideas creativas (Sulystio & Ayuni, 2020; Saldarriaga et al., 2019); así mismo, un proceso de innovación puede ser más flexible y fácil de adaptar en una empresa de estas características ya que el riesgo que se debe asumir es menor, se menciona también, que debe ser aplicado de acuerdo a la estructura, en caso de las pequeñas empresas los cambios más relevantes son en la eficiencia y eficacia en el área de atención al cliente, ya que esto permite lograr la ventaja competitiva (Ochoa et al., 2017; Berenger & Gois, 2018; Pérez, 2018).

Por otra parte, implementar un proceso innovador en pequeñas empresas tiene limitaciones como la falta de recursos tecnológicos, de conocimiento, la baja orientación empresarial y la falta de determinación para optar por implementar ideas innovadoras, incluso cuando está comprobado que en el mundo globalizado en el que nos encontramos es sumamente necesario que las empresas innoven para permanecer en el mercado (Sulystio & Ayuni, 2020; Pizzi y Ahedo, 2019; Pérez, 2018; Berenger & Gois, 2018); se afirma también que la mayor limitación dentro de un proceso de innovación es la falta de recursos financieros internos y externos, esto, sumado a la incertidumbre y el riesgo que trae consigo implementar cambios dentro de se convierten en limitantes que se deben tomar en cuenta, sobre todo, sabiendo que este tipo de organizaciones funcionan generalmente con recursos

limitados (Benavides y Bolaños, 2020); es por esto, que investigar cómo desarrollar un proceso de innovación exitoso es un área de interés en pequeños negocios a nivel mundial, ya que la innovación también está relacionada con el crecimiento económico (Maziti et al., 2018).

Al ser de estructura más sencilla, este tipo de empresas se encuentran en constante evolución, con el único fin de minimizar costos y ofrecer nuevos o renovados productos, utilizan la innovación para poder desarrollar una ventaja competitiva en los mercados locales en los que desarrollan sus actividades, y ya que no cuentan con los recursos económicos necesarios para implementar un proceso de innovación completo, lo realizan utilizando menos recursos, con el mejoramiento de sus procesos (Saldarriaga et al., 2019); para ello, es de suma importancia hacer uso del término gestión de la tecnología, ya que esta permitirá el aprovechamiento de los recursos tecnológicos con los que cuente la empresa convirtiéndolo en un arma competitiva y como tal, debe construir un punto esencial en el planteamiento estratégico a largo plazo (Ochoa et al., 2017); es importante identificar el grupo al que pertenece cada empresa, teniendo en cuenta la frecuencia con la que innovan, ya que esto permitirá a los gerentes trabajar sobre las actitudes de resistencia al cambio, ya que innovar hoy en día, más que una opción se ha convertido en una exigencia (Benavides y Bolaños, 2020).

Según la revisión de la literatura, se afirma que la innovación debe realizarse en las áreas de proceso y desarrollo de productos ya que, solo se puede lograr mantener una ventaja competitiva mostrando mejoras atractivas dentro del proceso productivo, y de toda la organización (Hernández & Sánchez, 2017); se puede aprovechar el reducido tamaño de estas empresas convirtiéndola en una ventaja si se sabe gestionar la proximidad y la relación directa con los clientes, lo que permite adaptar la innovación de productos a sus necesidades cercanas con el fin de lograr el éxito en las áreas antes mencionadas (Pizzi y Ahedo, 2019); además, para que las pequeñas empresas puedan aprovechar al máximo los recursos con los que cuenta y logren posicionarse en el mercado, necesita un líder estratégico, que, según los autores es un recurso aún más importante que la tecnología (Maziti et al., 2018; Berenger & Gois, 2018); se debe considerar también, que Las pequeñas empresas conciben la innovación no como una invención ya que este proceso es

mucho más costoso sino como un proceso de mejorar los productos que ofrece según las necesidades del mercado (Pizzi y Ahedo, 2019).

Es importante observar si la gestión y dirección de las pequeñas empresas se encuentran en manos de una persona profesional independiente o de la familia propietaria, se recomienda que las nuevas generaciones que tomen el mando, adquieran un mayor nivel de formación, de esta manera podrán superar la barrera más frecuente que es la interacción entre la dirección y los colaboradores, este es un factor crítico en este tipo de empresas ya que en muchos casos los colaboradores pueden ser personas de escasos estudios técnicos, por lo que el trato con ellos debe ser de una manera lineal más no vertical. Esta gestión empresarial requiere un mayor nivel de formación por parte de los gerentes (Pizzi y Ahedo, 2019); además, todo proceso de innovación está relacionado con continuos cambios e implementación de mejoras, en tal sentido, se convierte en un hábito organizacional, lo que requiere de un liderazgo adecuado para poder llevar a cabo estos cambios con éxito (Pérez, 2018); un buen liderazgo debe ser asumido como la parte fundamental dentro de todo proceso de innovación, ya que, de esto depende su éxito o fracaso (Berenger & Gois, 2018).

Objetivo 1b. Plantear una clasificación para la aplicación de la innovación desde un enfoque de proceso, generando mayores ventajas competitivas.

Diferentes autores afirman que la innovación es un papel que contribuye para impulsar una ventaja competitiva gracias a la introducción de productos nuevos o mejorados al mercado, por tanto las empresas deben estar en constante evolución dando uso a los recursos con los que cuentan, desde el desarrollo de ideas plasmada hasta hacer llegar el producto al consumidor final, por otro lado, es importante identificar que innovar es como una inspiración al momento de implementar un proceso para la mejora de un producto, ya que, lo que se busca es brindar un valor agrado para poder satisfacer a los clientes (Moruff et al., 2019; Díaz y Guambi, 2018; Montejano et al., 2017); sin embargo, estos procesos innovadores tienen limitaciones las más frecuentes son los costos elevados de inversión en tecnología, maquinaria, infraestructura y capacitación del personal, además de ello, la continua reestructuración de los procesos y los cambios en la implementación de las actividades para desarrollar mejoras que la competencia no pueda copiar (Cruz et al., 2020).

Una empresa que no innova está destinada a desaparecer, por tanto, la innovación es necesaria en todas las actividades internas de la empresa, de modo que se mejoran los procesos y se les brinda valor agregado a los productos (Díaz y Guambi, 2018); Otras investigaciones indican que la innovación es una estrategia principal para sobrevivir y ubicar a la empresa en posición de competir en el mercado, se debe dar sobre todo en las áreas de producción, procesos y los sistemas de gestión hasta el consumidor final, sin embargo, en algunas empresas consideran que, para que sea eficaz se debe dar sobre todo durante el proceso y el cumplimiento de tiempo de entrega del producto, por lo que se recomienda hacer las entregas sistematizadamente, la innovación bien aplicada en los procesos, permite mejorar la calidad de los productos, los principios de manufactura esbelta, así mismo, la implementación de mejores maquinarias permite potenciar la gestión lo cual impacta en el control de la cadena de valor agilizando el proceso final del producto (Montejano et al., 2017; Silvia, 2017; Canizales, 2020).

La revisión de la literatura afirma que la innovación permite dar respuesta al mercado cambiante e implementar nuevas ideas y productos novedosos, lo que conlleva a un eje estratégico para lograr una ventaja competitiva, además mejora el rendimiento de la empresa. También es importante señalar que, el desempeño organizacional involucra a la innovación para el logro de los objetivos con eficacia y eficiencia, lo que mide el desempeño organizacional de talento humano (Marín & Cuartas, 2019; Jayani & Hui, 2017); Sin embargo la innovación no solo está asociado a la creación y mejoramiento de productos y servicios sino también a la gestión de recursos internos y externos, disminuyendo el número de defectos durante el proceso de producción haciendo uso de la tecnología, así mismo, es importante resaltar que estas mejoras se pueden llevar a cabo a partir de un recurso muy importante, que es el talento humano (Cruz et al., 2020; Canizales, 2020).

Estudios afirman que el desarrollo de productos mantiene fidelizado a los clientes, por lo que es necesario crear y entregar productos con valor agregado y mejor precio, así mismo el nivel de innovación en el desarrollo de productos requiere cambios internos y desarrollo organizacional, cabe señalar, que los consumidores actuales exigen productos diferenciados, a causa del corto ciclo de vida de los productos actuales, lo que permite mantener fidelizados a los clientes, es por esto que se afirma que innovar en el desarrollo de productos es una

condición para logra el éxito empresarial, así mismo el buen uso de herramientas tecnológicas ayuda a que crear productos nuevos y de alta calidad, adaptados a los requerimientos del mercado, sin embargo, algunas limitaciones relacionados a este punto, es no poder satisfacer las necesidades de sus clientes, ya que no cuentan con los recursos necesarios para lograrlo (Silva, 2017; Moruff et al., 2019; Canizales, 2020; Alvares, 2018).

Cuanto mayor sea la gestión de conocimiento con relación a la generación de nuevas ideas, aumenta la innovación de productos lo que afecta directamente a la generación y mantenimiento de las ventajas competitivas (Wahyono, 2019); cabe decir que para ser competitivo las organizaciones deben crear, ubicar, capturar y compartir de manera eficaz y eficiente los productos, haciendo uso de sus conocimientos y experiencias para dar solución a los problema y aprovechar las oportunidades (Nanath & pillai, 2017); sin embargo, existen algunas implicancias en el talento humano, la falta de canales de comunicación entre los altos directivos y los colaboradores imposibilita el intercambio de conocimientos, ideas y procesamiento de información, lo que impide la correcta aplicación y fluidez en los procesos de producción, ya que la gestión del conocimiento influye en la combinación de ideas y el rendimiento de las actividades (Fagerlin & Wang, 2020; Wahyono, 2019).

Es importante destacar que para establecer un proceso de innovación es muy importante la tecnología, ya que esta permite lograr procesos más rápidos, prácticos y permite cumplir con los estándares de calidad del producto final, así como la presentación de nuevos productos y la mejora de los ya creados; por otro lado, se afirma que la clave para lograr la ventaja competitiva es el desarrollo de la innovación flexible ya que esta permite una mayor capacidad de adaptación y cambio sobre la competencia (Canizales, 2020; Cruz et al., 2020); se afirma también que la tecnología también influye la rapidez de información y comunicación entre los colaboradores, ya que tienen como propósito hacer más productivas de la empresas y brindarles la oportunidad de evolucionar (Cruz et al., 2020; Montejano et al., 2017).

La investigación afirma que la mejora de procesos es uno de los factores que más influye para el desarrollo de las actividades dentro de la empresa, la mejora significativa de un producto o servicio, por otro lado cuando se habla de mejora de

procesos no solo se refieren a los cambios dentro del área de producción sino también a potenciar la identificación de oportunidades de acuerdo a las necesidades del mercado y cambios internos dentro de la organización para que puedan tomar decisiones y proponer cambios en sus recursos (Moruff et al., 2019); además es necesaria la capacidad de innovación que abarca el desarrollo continuo de un bien o servicio, con una amplia red de conocimientos y habilidades en productos, procesos y sistemas, lo que conlleva al posicionamiento en el mercado, cabe señalar que la mejora de proceso afecta de manera positiva la competitividad interna, por ello es que las empresas actuales deben involucrar las áreas de producción y gestión administrativa, logrando así, un camino que permita lograr el éxito empresarial (Álvarez, 2018; Jayani & Hui, 2018; Montejano et al., 2017).

Objetivo 1c. Plantear una clasificación para la aplicación de la innovación desde un enfoque estratégico, generando mayores ventajas competitivas.

Se afirma que la innovación debe ser sistemática, constante en su modelo de negocio y continúa para brindar ventajas competitivas y contribuir a la organización, según la revisión de la literatura todas las empresas que se analizaron trabajan con la innovación como algo intrínseco dentro de su estructura, pero existen procesos sistematizados para el desarrollo de nuevos procesos y productos (Asturiano & Ari, 2018; Bernal & Rodríguez, 2019; Anning, 2018); establecer estrategias relacionadas a la digitalización que posteriormente dará como resultado una transformación digital permitirá que la innovación en todos los procesos sea exitoso (Rachinger. M., Rachinger. R., Muller, Vorraber & Schirgi, 2019); tomando esto en cuenta debemos mencionar que, las estrategias que dieron un resultado positivo fueron las relacionadas a la mejora de procesos brindando un valor agregado a los productos, una reducción de costos y mejores estándares de calidad y las relacionadas al desarrollo de vínculos entre la empresa, sus clientes y proveedores ya que esto refuerza las ventajas competitivas que las organizaciones pueden llegar a obtener (Siorath et al., 2017; Goran & Mustafá, 2020).

Así mismo, se afirma que, los procesos de innovación dentro de cada empresa deben estar relacionados con el mercado en el cual se van a desenvolver y los recursos con los que cuentan, dentro de esta correcta dirección es fundamental el liderazgo dentro de las organizaciones con el fin de crear una ventaja competitiva y un correcto posicionamiento de mercado (Anning, 2018; Vélez

et al., 2019; Goran & Mustafá, 2020); cabe mencionar, que el líder debe tener ciertas características como: ser ambicioso, adaptarse al cambio, siempre prestar atención a la competencia, debe hacer uso de los diferentes estilos de liderazgo ya que estos se complementan, se debe considerar también que el tipo de liderazgo debe ser uno más humano, con procesos mejor organizados y competitivos (Vélez et al., 2019); con el propósito de obtener personal altamente calificado, las organizaciones han desplegado programas de captación de talentos, líneas de carrera, han establecido también planes de innovación y desarrollo y han realizado seguimiento a la capacidad de aprendizaje de los colaboradores (González & Fernández, 2020; Vega et al., 2020).

Dentro de la revisión de la literatura aparecen los términos, la innovación es parte de la cultura de la empresa y la innovación está en el ADN de nuestra empresa, se recomienda realizar reuniones multisectoriales para discutir procesos y nuevas estrategias de mercado, es entonces que se determina que el término, la innovación está en el ADN de la empresa es el más recomendable de adaptar en las organizaciones (Asturiano & Ari, 2018); para que esta afirmación se pueda llevar a cabo, las empresas deben considerar que, así como innovar en tecnología, es igual o incluso más importante, considerar dentro de su planeación estratégica acciones para crear ambientes propicios en la organización, que permitan la comunicación y satisfacción de las necesidades de los colaboradores ya que serán ellos quienes se encarguen de satisfacer la de los clientes (Vega et al., 2020; Bernal & Rodríguez, 2019; Asturiano & Ari, 2018); de establecerse estrategias que generaren un adecuado ambiente dentro de las organizaciones, se podría evitar la rotación del personal, lo que no permite llegar a los objetivos de las organizaciones (González & Fernández, 2020).

Las estrategias relacionadas al marketing permiten una mayor difusión y dar mayor conocimiento a los clientes acerca de los productos, así como generar mejores oportunidades de satisfacer sus expectativas, la renovación de productos, promociones, canales de distribución, así como la correcta implementación de estas estrategias influyen positivamente en la generación de ventajas competitivas (Ismael & Sagsan, 2020; Acuna & Castillo, 2018; Bernal & Rodríguez, 2019); estas estrategias son mejor recibidas y tienen mayor contundencia en la generación de ventajas en empresas en etapas de introducción, en estas, es recomendable

implementar desde el inicio la cultura innovadora así como estrategias relacionadas al marketing digital y la comunicación lineal, sea la empresa del tamaño y rubro al que pertenezca, estas estrategias son bien recibidas y generan productividad en las organizaciones (Acuna & Castillo, 2018); para que estas estrategias tecnológicas tengan éxito, las empresas deben conocer sus capacidades y limitaciones en cuanto a conocimientos y herramientas (Bernal & Rodríguez, 2019).

Una estrategia adecuada para las empresas en estudio es el clustering, ya que, además de ser una forma superior de ventaja competitiva, y la posible base para la supervivencia de la industria, les permite obtener muchas ventajas comerciales como analizar los obstáculos y encontrar soluciones creativas para el beneficio del sector, sin embargo, para que la agrupación en clústeres de redes tenga éxito, debe recibir el apoyo total del gobierno en la creación de nuevas regulaciones. Además, debe existir cooperación en innovación y desarrollo entre las diferentes empresas del sector (Seclen y López, 2020); así mismo, las estrategias más usadas en las organizaciones son las de reducción de costos y el aumento del desempeño de la organización, según los autores, esto se puede obtener implementando una infraestructura tecnológica (Vega et al., 2020; Rachinger et al., 2019); estas herramientas tecnológicas generarán una ventaja competitiva sólo si se logra que los competidores no puedan replicar las innovaciones que se implementan, es por esto que toda organización debe estar atenta a lo que sucede en el entorno empresarial (Ismael & Sagsan, 2020).

Objetivo 1d. Plantear una clasificación para la aplicación de la innovación desde un enfoque operativo, generando mayores ventajas competitivas.

Desde un enfoque operativo la innovación es considerada como introducción de nuevos producto o servicio a través de diferentes canales, como la publicidad o haciendo notoria la marca para posicionarse en el mercado (Mukarto et al., 2020); por otro lado, para innovar es necesaria la competencia, el conocimiento técnico y la gestión de las habilidades, muchas de la empresas tienen un efecto escaso sobre la ventaja competitiva, porque no desarrollan de manera continua la innovación, sin embargo, los efectos de la innovación sobre la ventaja competitiva es positiva, son mucho más fuerte que el efecto directo que la experiencia técnica que está asociada a la capacidad de investigación y desarrollo, las habilidades de gestión, tecnología y marketing influyen para desarrollar un proceso innovador.

Para ampliar el éxito en las empresas es necesario poner más énfasis en actividades innovadoras a través del uso de tecnología y la gestión de innovación y desarrollo, ya que la capacidad de innovación es un papel importante para aumentar la competitividad (Won et al., 2019).

La evaluación del talento humano es un principal factor estratégico para alcanzar el resultado esperado de la empresa, por lo que, es necesario considerar las funciones del personal, trabajo en equipo, ambiente donde pueda surgir nuevas ideas innovadoras, implementación de nuevos procesos que permita generar valor en la empresa (Yepes, 2019); también es necesario identificar las habilidades y conocimientos necesarios de los colaboradores de una organización, cabe decir que tengan un espíritu emprendedor para desarrollar la creatividad, sin embargo, existe algunos empresarios que carecen de las habilidades de gestión y tienen dificultades para dar solución inmediata a un problema dentro de la organización (Won et al., 2019).

Por otra parte, el desarrollo de tecnologías También es considerado una etapa importante para generar ventajas competitivas, ya que se requiere introducir productos innovadores antes que la competencia, con la finalidad de lograr el posicionamiento de una empresa (Mukarto et al., 2020); cabe señalar que el desarrollo de la tecnología va de la mano con innovación, es decir, los productos innovadores son los que atraen a los clientes, y esto se logra implementando tecnología óptima, sin embargo, para dar mayor relevancia al producto es importante enfatizar en la marca registrada, además introducir nuevos canales de comercialización llegando a los consumidores, hoy en día, tanto en los procesos de producción como en la forma de llegar a los clientes la tecnología se ha vuelto imprescindible (Espejel et al., 2018).

VI. CONCLUSIONES

1. La revisión sistemática tuvo como objetivo plantear una clasificación para determinar los factores que impulsan la innovación y su impacto como herramienta generadora de ventajas competitivas. Según los estudios e investigaciones analizadas se pudo determinar que los factores que impulsan la innovación y hace que las organizaciones obtengan y puedan mantener una ventaja competitiva en el mercado son las orientadas a la implementación de una cultura innovadora en todas sus áreas, esto permitirá que los colaboradores

se encuentren familiarizados con el término innovación y mantengan una actitud positiva frente a nuevas implementaciones, se logrará también, fomentar el intercambio de ideas creativas; de esta manera, tanto las organizaciones como los colaboradores sabrán como optimizar los recursos con lo que cuentan, afrontando así la barrera de los costos que conlleva implementar un proceso de innovación, así como la falta de personal capacitado (Vega et al., 2020).

2. Se concluye, que el capital humano es muchas veces más importante que las implementaciones tecnológicas, ya que todo proceso de innovación está relacionado directamente con un hábito organizacional, por lo que se requiere un liderazgo adecuado, así mismo, las pequeñas empresas se deben encontrar en evolución continua, ya que el riesgo que se asume es menor, y su tamaño permite una mejor comunicación y generación de un clima adecuado para llevar a cabo un proceso innovador, se afirma también, que las mayores limitaciones en este tipo de empresas son los escasos recursos con los que suelen operar, por lo que se recomienda abordar las innovaciones no desde la creación de un producto nuevo, sino, desde la mejora de un producto ya creado, haciendo uso de los recurso humanos y tecnológicos a su alcance, sobre todo en las áreas de proceso productivo, ya que está demostrado, que solo se puede mantener una ventaja competitiva, mostrando mejoras continuas en los productos o servicios que se brindan (Pérez, 2018).
3. Se concluyó también que, el desarrollo de nuevos o mejorados productos permite mantener fidelizados a los clientes, lo que conlleva al éxito empresarial, para lograr esto, se debe implementar la innovación en la mejora de procesos, con esto se lograría disminuir el número de defectos en los procesos de producción, disminuyendo así los costos de los productos, lo que permitiría que las empresas puedan generar una ventaja competitiva en temas de costos, así como brindar valor agregado a los productos, consiguiendo mejoras que la competencia no pueda copiar y no menos importante, se lograría la mejora de la calidad, para esto es importante que las organizaciones conozcan los recursos con los que se cuentan tanto tecnológicos como humanos, ya que, plantear una mejora en los procesos de producción requiere de ambos (Moruff et al., 2019).

4. La implementación de la innovación en las estrategias con el fin de generar ventajas competitivas, deben estar direccionadas al capital humano, ya que sea desde el puesto de líder o colaborador, están relacionados de manera directa a los procesos de mejora continua que deben adaptar las organizaciones y de ellos depende que estos se lleven a cabo de manera exitosa, así mismo, se recalca la importancia de establecer estrategias en la mejora de procesos, ya que con esto se logrará disminuir costos, brindar valor agregado a los productos y mejorar los estándares de calidad, así mismo, las estrategias relacionadas al clima organizacional son de mucha importancia, dado que, se ha comprobado que un mal clima laboral aumenta el nivel de rotación de personal, lo que se traduce en mayores gastos operativos para la empresa, las estrategias de marketing deben estar orientadas a mejorar la relación de la organización con los clientes y el acercamiento entre ambos, todas estas estrategias tendrán éxito en tanto que las empresas se encuentren alertas a las mejoras de la competencia y su evolución en el mercado, ya que, la comparación continua con otras empresas mejor posicionadas permitirá adaptar y copiar estrategias que a estas les resulte rentables (Goran y Mustafá, 2020).
5. Se concluye a través de la revisión sistemática que, para generar ventajas competitivas, la innovación debe ser implementada desde la médula de la organización, es decir, en los procesos de producción en el desarrollo de nuevos productos, el desarrollo de habilidades en los recursos humanos, el uso de herramientas tecnológicas, la evaluación continua de la competencia, así como la presentación de nuevos canales de comunicación dentro y fuera de la empresa, esto, debe ir en relación a la obtención de las metas planteadas por cada organización, lo que se reflejará en el aumento de los ingresos y el éxito empresarial (Sirorath et al., 2017).

VII. RECOMENDACIONES

1. Se recomienda implementar una cultura innovadora completa y continua independientemente de la estructura organizacional de las empresas motivando a toda la organización para que propongan sin miedo ideas que puedan crear valor, fomentando la colaboración en equipo entre distintos departamentos, se debe asumir que el riesgo es parte de todo proceso innovador, estas actitudes deben ir desde el líder de la organización hacia

los colaboradores, se debe también comunicar los objetivos y las razones que inducen el cambio, los integrantes de la organización deben comprender, por ejemplo, que la competencia está un paso delante y están perdiendo la confianza de sus clientes, de esa manera se logrará motivarlos para que formen parte de la transformación que se necesita, así mismo, se debe hacer un análisis de las áreas donde se va a iniciar el proceso innovador para poder determinar de que manera se va a aplicar y preparar al personal para los cambios que se van a realizar, así como analizar los recursos con los que se cuenta para poder implementar las mejoras. Los pasos que se deben seguir entonces serían, identificar el motivo por el cual se va a realizar la innovación, es decir evaluar a los clientes y sus necesidades, informar a los colaboradores sobre este cambio, evaluar sus capacidades para poder establecer capacitaciones precisas, cortas y efectivas, implementar la tecnología necesaria para llevar a cabo las mejoras, realizar evaluaciones continuas de los procesos y agilizar la entrega de los productos para que llegue al mercado lo más rápido posible.

2. Se recomienda abordar las innovaciones no desde la creación de un producto nuevo, sino, desde la mejora de un producto ya creado, haciendo uso de los recurso humanos y tecnológicos a su alcance. Capacitando continuamente al personal para que puedan hacer uso de la tecnología con la que cuenta la organización, así mismo, se debe fomentar la comunicación lineal entre todos los que conforman la estructura organizacional, así como generar un ambiente propicio para que las ideas innovadoras fluyan dentro de la organización y puedan llegar hacia los líderes, los que deben hacer seguimiento continuo, evaluación y futura implementación.
3. Para implementar la innovación en los procesos se deben incluir métodos, herramientas y técnicas como el liderazgo, la experiencia, la visión, el trabajo en equipo, la tecnología y las mejores prácticas, así mismo, se deben analizar los flujos de trabajo, es decir, los procedimientos actuales que viene implementando la empresa para identificar cuales funcionan y cuales se deben cambiar, se debe también fijar objetivos para determinar hacia donde están dirigidas la ejecución de estos procesos y establecer la planeación estratégica que se va a implementar, hay que desarrollar actividades de

mejora entre todos los involucrados en el proceso innovador, se debe asumir la idea de que, la innovación que se va a implementar en los procesos busca romper con lo tradicional con el fin de mejorar la calidad, reducir costos y disminuir la cantidad de errores.

4. La estrategia a utilizar dentro de todo proceso innovador si lo que se busca es generar ventajas competitivas debe ser seleccionar empleados con potencial innovador, es decir, colaboradores creativos, teniendo en cuenta, que no siempre serán los que más conocimientos y experiencia tengan; es por esto, que la evaluación de los futuros colaboradores debe estar orientada a identificar este tipo de talentos desde las entrevistas, una vez contratado el personal, se debe buscar desarrollar sus capacidades por medio de capacitaciones y charlas motivadoras, que propicien el desarrollo de ideas creativas e innovadoras, esto ayudará a construir un equipo diverso, proactivo y empoderado, que tendrá la capacidad de identificar los errores, asumirlos como oportunidades de mejora y dar una solución que permita agilizar los procesos de producción, esto permitirá disminuir errores, costos y mejorar la calidad, lo cual se convertiría en la mejor estrategia para captar y fidelizar clientes así como generar y mantener una ventaja competitiva.
5. Se recomienda implementar como factores fundamentales de un proceso innovador dentro de las organizaciones, el talento humano, ya que de ellos parten las ideas a implementar, explotar la tecnología con la que se cuenta o implementar nuevas herramientas, lo que va a permitir mejorar los productos y disminuir errores en los procesos, el benchmarking, que permitirá evaluar la organización con la competencia para poder adaptar las mejores prácticas de estas, las barreras, ya que es importante que las organizaciones sepan que limitaciones tienen y puedan afrontarlas de la mejor manera, desarrollo de productos, ya que actualmente la vida de los productos se va a cortando y la demanda exige cambios, mejora de procesos, orientado sobre todo a la disminución de costos.
6. La revisión de los artículos científicos mostró el fundamento de la gestión de la innovación así como su importancia en la generación de ventajas competitivas, sin embargo muchas empresas no logran implementar un proceso innovador adecuado, ya que enfocan este proceso solo en un factor,

como el capital humano o la tecnología, por ende, se recomienda estudiar la gestión de la innovación empresarial como eje central de la generación de ventajas competitivas, desde todos los factores que intervienen en su implementación, como son, el desarrollo de productos, la mejora de procesos, el desarrollo de tecnologías, el talento humano y el benchmarking.

REFERENCIAS

- Acuna O., C. & Castillo V. M. (2018). Barriers to non-technological innovation: Impact on business performance in an emerging economy. *Contaduría and Administration*, 63(3), 1–23.
- Aguilera H., R. M. (2017). Identidad y diferenciación entre Método y Metodología. *Estudios Políticos*,9(28),81-103.
- Álvarez A., E. (2018) Determining factors of innovation in the competitiveness of the automotive autopart industry in México. *Revista de Economía*,35(90),125-153.
- Anning, D.T. (2018). Innovation and competitive advantage creation. *International marketing review*, 35(4), 580–600.
- Asturiano M., E. & Ari Z., M. (2018). Innovation as a differentiating factor in the e-marketplace segment. *Estrategias & negocios*,11(3) ,1-25.
- Arias, J. C. (2020). Plantear y formular un problema de investigación: un ejercicio de razonamiento. *Revista lasallista de investigación*.17(1), 301–313.
- Arnau S. L. y Sala R. J. (2020). La revisión de la literatura científica: Pautas, procedimientos y criterios de calidad. *Scoping Review*, 1(1), 1-22.
- Benavides P., L. y Bolaño D., S. (2020). Innovation barriers in smes: an approximation through a systematic review of literatura. *Revista de la facultad de ciencias económicas y administrativas*, 21(1) ,221-237.
- Berenguer V., R.& Gois O., R. (2018). Determinantes Da Inovação Em Micro E Pequenas Empresas: Uma Abordagem Gerencial. *Rae: Revista de Administração de Empresas*, 58(4), 349–364.
- Bernal M., C. & Rodríguez, D. L. (2019). Information and communication technologies as a factor of innovation and bussiness competitiveness. *Scientia et Technica*, 24(1), 85–95.
- Castillo V., J.S. & Garcia C., M. C. (2021). Factores que determinan la innovación en las empresas agroalimentarias. *Agronomy*,11(1),1-15.
- Campillay C., M.; Rivas R.E.; Dubó A. p., y Calle C. A. (2020). Aspectos éticos relacionados con la atención de enfermería en personas en situación de discapacidad: un análisis cualitativo. *Persona y Bioética*,24(1), 43–56.
- Carrizo, M Y Moller, C. (2018). Estructuras metodológicas de revisiones sistematicas de literatura en ingeniería de software: un estudio de mapeo sistemático. *Revista Chilena de ingeniería*,26(1), 45-54.

- Canizales M., L. (2020). key elements of the business innovation, a review from contemporary trends. *Revista Innova*, 6(1), 50-69.
- Chaverri C., D. (2017). Delimitación y justificación de problemas de investigación en ciencias sociales. *Revista de ciencias sociales*,3(157), 185-193.
- Corona M., L.; Fonseca H., M. & Corona F., M. (2017). Some practical suggestions for the scientific problem formulation and the objectives in the research Project. *Método en la ciencia*,15(4), 576–582.
- Cruz C., E., Velázquez C., J. y Pérez H., C. (2020). El impacto del exceso de arraigo en la innovación: los pequeños emprendimientos turísticos de la comarca minera Hidalgo, México. *Revista de Ciencias Sociales*,15(2), 437–470.
- Dagnino F. M.; Dimitriadis, y.; Pozzi, F.; Rubia A., B. & Asensio p., J. (2020). The role of assistive technologies in a mixed method research desig. *Scientific journal educomunicacion*, 65(28), 53-63
- Díaz M. G. y Guambi E.D. (2018). La innovación: baluarte fundamental para las organizaciones. *Innova Research Journal* 3(10), 212-229.
- Donato, H & Donato, M. (2019). Stages for undertaking a systematic review. *Revista científica da orden dos médicos*, 32(3), 227-235.
- Eisenover C., J. (2017). Factores que inciden en la incorporación y formalización de procesos de innovación y desarrollo de productos en las MiPymes. *Revista Saber, Ciencia y Libertad*, 12(1), 156-165.
- Espejel G.A., Illescas M.C., Hernández M. A., Santos M. A. & Ramírez G. A. (2018). The innovation in artisan agro-industry of Chiapas crem chesse. *Economicas Cúcuta*, 39(2),25-38.
- Fernández S. H.; King k. & Enríquez H. C. (2019). Scoping Reviews as a methodology for scientific knowledge synthesis. *Enfermería Universitaria*,17 (1),81-94.
- Fagerlin W.P.& Wang Y. (2020). Senior managers communication efforts in response to product innovation tensions: an attention-based view. *Baltic Journal of Management*.1(1),1-29.
- Ferreira, J. A. B.; Coelho, A. & Weersma, L. A. (2019). The mediating effect of strategic orientation, innovation capabilities and managerial capabilities among exploration and exploitation, competitive advantage and firm's performance. *Contaduría y Administración*, 64(1),1–28.

- Gualda, E. & Rebollo, C. (2020). Big data and twitter for the study of migration processes: methods, research technics, and software. *Revista de metodología de ciencias sociales*, 40(1), 147-177.
- González C., R. & Fernández I., D. (2020). Innovation Capabilities: Analysis for the Biotech Industry in Cuba. *International Journal of Cuban Studies*, 12(1), 22- 97.
- Goran Y., I. & Mustafá, S. (2020). Designing Innovation Strategy in the Context of Competitive Advantage in Telecommunication Industry. Proceedings of the European. *Ciencias sociales*, 1(1), 352-363.
- Hernández F., S. & Sánchez M., K. (2017). Innovation and competitiveness: micro and small enterprises of agro-industrial sector in Cúcuta. *Investigación desarrollo innovación*, 8(1), 23-33.
- Hernández S., R. y Mendoza, c. (2018). *Metodología de la investigación Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. México. Editorial FDF:McGraw-Hill Interamericana.
- Jayani R., R. & Hui Y. (2018). Relationship between innovation capability, innovation type, and firm performance. *Journal of Innovation & Knowledge*, 3(1), 44–55.
- Linares, E. Hernández, V. E; Domínguez, E.; Fernández P., S.; Hevia, V. M.; Padilla F., B y Ribal M., G. (2018). Metodología de una revisión sistemática. *Actas Urol España*, 23(22).1-8.
- Marín I., A. & Cuartas M., C. (2019). Relationship between innovation and performance: impact of competitive intensity and organizational slack. *Revista de gestión empresarial*, 59(2), 95-107.
- Maziti, L.; Chinyamurindi, W. y Marango, C. (2018). La relación entre liderazgo estratégico, rendimiento de innovación y competitiva ventaja entre una muestra de pequeños negocios en Sudáfrica. *Revista de gestión contemporánea acreditado por dhet*, 15(1). 368-394.
- Montejano G., S.; Campos G., R. M., & García R., R. (2017). Competitive advantages in manufacturing companies, a result of production systems and innovation. *Small Business International Review*, 1(1), 53–70.
- Moreno, B.; Muñoz, M.; Cuellar, J.; Domancic, S., y Villanueva, J. (2018). Revisiones sistemáticas: definición y nociones básicas *Periodoncia Implantol. Rehabil*, 11(3), 184-186.

- Mukarto, S.; Gatot, W.; Ari, W. & Wiwi, H. (2020). Competitive Advantage of Environmental Management and Green Innovation. *Ecológica. Utopía y Praxis Latinoamericana*, 25(10), 12- 533.
- Moruff S., O.; Olasunkanmi A., A. & Ekong A.; E. (2019). Business innovation and competitive advantage in nigerian manufacturing sector. *Emerging Markets Journal*, 9(2), 36–43.
- Mohammed A., B.; Nyoman S.; Muhamad A.; Ruki H.; Muhammad S.; Eko A.; S. Isti S.; Teuku Y. M. S. & Imam J M. (2020). Digital innovation: creation of competitive advantages. *International Journal of Technology*, 11(6) 1076-1080.
- Nanath, K., & Pillai, R. R. (2017). The Influence of Green IS Practices on Competitive Advantage: Mediation Role of Green Innovation Performance. *Information Systems Management*, 34(1),1-29.
- Ochoa A., M.; Valdés S., M. & Quevedo A., Y. (2017). Innovation, technology and technological management. *Acimed*, 16(4), 1–11.
- Pérez C., M. (2018). Innovación empresarial al servicio de la micro y pequeña empresa de Norte Santander: para la competitividad regional. *Económica Cúcuta*. 40(1),91-104.
- Pereira M., J.; Molina A., J.F.; Taní G., J.J. Pertusa O. E. M. y López G.; M. D. (2019). Sostenibilidad, calidad, innovación y ventaja competitiva en el sector hotelero: un estudio de caso. *Revista internacional de turismo, empresa y territorio*, 3(1), 1-21.
- Pineda O., D. (2019). Trends in the production of scientific articles on innovation in the field of administrative sciences. *Innovar*. 29(72), 117-130.
- Pulido R., A. D.; Ruiz L., A. y Ortiz O., E.L. (2018). Mejora de los procesos productivos mediante gestión de riesgos y herramientas estadísticas. *Revista Chilena de Ingeniería*, 28(1), 56–67.
- Pulido S., M.; Ortiz Z. A.F. y Uribe B., L (2017). La organización en la economía del conocimiento: el papel fundamental de la gestión y transferencia del conocimiento actual. *Pensee Plurielle*, 17(1), 77-85.
- Pizzi, A. y Ahedo, M. (2019). La innovación escondida de las pymes industriales en el capitalismo español. Gestión, estrategias y repertorios de prácticas innovadoras en pymes manufactureras catalanas. *Spanish papers: Revista de Sociología*, 104(4), 687–717.

- Ramos G., M.; Rubio A. & Sastre C., M. A. (2021). Efectos de la gestión de recursos humanos socialmente responsable en la innovación y La reputación en Pymes emprendedoras. *Revista internacional de emprendimiento y gestión*. 1(1),1-12.
- Rachinger, M.; Rachinger, R.; Müller, C.; Vorraber, W. & Schirgi, E. (2019) Digitization and its influence on business model innovation. *Technology Management Manufacturing Magazine*, 30(8),1143-1160.
- Romero D., Sánchez, S. Rincón, Y. y Romero M. (2020). Estrategias y ventaja competitiva binomio fundamental para el éxito de pequeñas y medianas empresas. *Revista ciencias sociales*, 4(1), 465-475.
- Sande V., D y Vence D., X. (2021). Impacto de los fondos estructurales para innovación sobre la innovación empresarial: un análisis a través de los indicadores de empresas participantes en el programa FEDE Interconecta de Galicia. *Revista galega de economía*, 30(2),1-15.
- Saldarriaga S., M. Guzmán G., M. y Concha C., E. (2019). Innovación empresarial: factor de competitividad y calidad de vida en Popayán, Colombia. *Revista venezolana de gerencia*, 24(2), 151-166.
- Sánchez T., I.; Pérez S., M. & Morán A., J. (2020). Una comparativa de la innovación de España y Rusia: ¿políticas bilaterales para la innovación? *Revista Finanzas y Política Económica*, 12(1),201-233.
- Seclen J., P. y López V., H. (2020). Influencia del uso de herramientas en la gestión de la fase temprana del proceso de innovación de productos. *Innovar: revista de ciencias administrativas y sociales*, 30(76), 119-130.
- Suarez D. Y Yoguel G. (2020). El desarrollo latinoamericano y el papel de la tecnología: una instrucción. *Economía de la innovación y la nueva tecnología*, 1(1), 1-9.
- Sulistyo, H. & Ayuni, S. (2020). Competitive advantages of SMEs: The roles of innovation capability, entrepreneurial orientation, and social capital. *Accounting and administration*, 65(1), 1–18.
- Sirorath T., Thepparat P., & Wannoo F. (2017). Ensuring competitive advantage through innovation capability and clustering in the thai automotive parts molding industry: a SEM approach. *Management and production engineering review*, 8(1), 89–100.

- Silva G. H. (2017). La innovación y la educación: variable clave para la competitividad de las empresas. *Clío América*, 11(21),88-107.
- Tóth, J.; Migliore, G.; Matmi B., J. & Rizzo, G. (2020). Exploring the behavior of adoption of innovation for sustainable development: the case of Hungary. *Agronomy*, 1(1),1-12.
- Tramullas, J. (2020). Temas y métodos de investigación en Ciencia de la Información. *Profesional de la información*, 29(4), 1-19.
- Ulrich L. (2019). Building Blocks for a Successful Digital Transformation: Complementing Technology and Market Issues. *Innovation and technology and market management magazine*, 1(1),1-14.
- Vega M., J.; Martínez S., M.; Parga M., N. y Bautista S., M. (2020). Marketing interno y Tecnologías de información: hacia la competitividad de los agronegocios mexicanos. *Revista Venezolana de Gerencia*, 25(92), 1684–1703.
- Vélez B. O., Beltrán, R.J., López G.J. y Arias V.F. (2019). Asociatividad empresarial y liderazgo ambidiestro como generadores de innovación. *Revista de Ciencias Sociales*, 25(2).51-72.
- Won, S. H.; Choi H. & Shin J. (2019). A mediating role of innovation capability between entrepreneurial competencies and competitive advantage. *Technology Analysis & Strategic Management*. 32(1), 1–14.
- Wahyono. (2019). The mediating effects of product innovation in relation between knowledge management and competitive advantage. *Journal of Management Development*,39(1),18-30.
- Yepes B., N. (2019). The human talent: a strategic factor for innovation and organizational transformation. *Science of human action*, 4(1), 147-163.

ANEXOS ANEXO 1

Lista de estudios

Cod.	Autor y año	Título
A1	Díaz & Guambi (2018)	La innovación: baluarte fundamental para las organizaciones.
A2	Sulistyo & Ayuni, (2020)	Ventajas competitivas de las pymes: los roles de la capacidad de innovación, la orientación empresarial y el capital social
A3	Asturiano & Ari, (2018).	La innovación como factor diferenciador en el segmento del e-Marketplace
A4	Moruff et al., (2019)	Innovación empresarial y ventaja competitiva en Nigeria, sector de manufactura.
A5	Saldarriaga et al., (2019)	Innovación Empresarial: Factor de competitividad y calidad de vida en Popayán, Colombia.
A6	Anning, (2018)	Innovación y creación de ventajas competitivas.
A7	Won et al., (2019)	Ventajas competitivas de las pymes: los roles de la capacidad de innovación, la orientación empresarial y el capital social
A8	Bernal & Rodríguez, (2019)	La innovación como factor diferenciador en el segmento del e-Marketplace
A9	Yepes (2019)	El Talento Humano: Factor Estratégico para la Innovación y Transformación Organizacional. El talento humano: factor estratégico para la innovación y la transformación organizacional.
	Ochoa et al, (2017)	innovación tecnología y gestión tecnológica
A11	Goran & Mustafá, (2020)	Diseño de una estrategia de innovación en el contexto de la ventaja competitiva en la industria de telecomunicaciones.
A12	Hernández & Sánchez, (2017)	Innovación y competitividad: Mico y pequeñas empresas del sector Agroindustria en cóncuta.
A13	Sirorath et al., (2017)	Garantizar una ventaja competitiva mediante l capacidad de innovación y agrupación en la industria de moldeo de piezas automotrices de Tailandia
A14	Berenguer & Gois, (2018)	Determinantes de la innovación en micros y pequeñas empresas un enfoque de gestión.
A15	Benavides & Bolaños, (2020)	Barreras de innovación en Pymes: una aproximación atreves de una revisión sistemática de literatura
A16	Seclen y López, (2020)	Influencia de uso de herramientas en la gestión de la fase temprana de proceso de innovación de productos.
A17	Nanath & Pillai (2017)	La influencia de la práctica de verdes en la ventaja competitiva: el papel de mediación del desempeño de la innovación.
A18	Montejano et al., (2017)	Ventajas competitivas en empresas manufactureras, resultado de los sistemas de producción y la innovación
A19	Marín & Cuartas (2019)	Relación Entre La Innovación Y El Desempeño: Impacto De La Intensidad Competitiva Y El Slack Organizacional.
A20	Wahyono (2019)	Los efectos mediadores del producto innovación en relación entre la gestión del conocimiento y ventaja competitiva
A21	Pizzi & Ahedo, (2019)	La innovación escondida de las Pymes industriales en el capitalismo español. Gestión como estrategias y repertorios de prácticas innovadoras en Pymes manufactureras catalanas
A22	Vega et al., (2020)	Marketing interno y tecnologías de información hacia la competitividad de agronegocios mexicanos
A23	González & Fernández, (2020)	Capacidades de innovación: análisis para la industria biotecnología de Cuba
A24	Cruz et al., (2020)	El impacto de integración social sobre la innovación en los impedimentos turísticos de Comarca, Minera, Hidalgo, México
A25	Maziti et al., (2018)	La relación entre liderazgo estratégico rendimiento de innovación y ventaja competitiva ente una muestra de pequeños negocios en Sudáfrica.
A26	Acuna & Castillo, (2018)	Barreras a la innovación no tecnológica: efectos sobre el desempeño empresarial en una economía emergente
A27	Mukarto et al., (2020)	Ventaja competitiva en la gestión medio ambiental e innovación ecológica
A28	Vélez et al., (2019)	Asociativa empresarial y liderazgo ambidiestro como generadores de innovación
A29	Jayani & Hui, (2018)	Relación entre capacidad de innovación, tipos de innovación y resultados de la empresa
A30	Álvarez, (2018)	Factores determinantes de la innovación en la competitividad de la industria de autopartes automotrices en México.
A31	Silva, (2017)	La innovación y la educación: variable clave para la competitividad de las empresas.
A32	Rachinger et al., (2019)	La digitalización y su influencia en la innovación del modelo de negocio
A33	Fagerlin & Wang, (2020)	Altos directivos, comunicación esfuerzos como respuesta a las tensiones en innovación del producto.
A34	Canizales, (2020)	Elementos claves de la innovación empresarial, una revisión desde las tendencias contemporáneas
A35	Pérez, (2018)	Innovación empresarial al servicio micro y pequeña empresa norte santandereana
A36	Espejel et al., (2018)	Innovación competitividad en la agroindustria artesanal de queso de la crema Chiapas
A37	Eisenover. (2017)	Factores que inciden en la incorporación y formalización de procesos de innovación y desarrollo de productos en las MiPymes.

A38	Pulido et al., (2018)	Mejora de los procesos productivos mediante gestión de riesgos y herramientas estadísticas
A39	Fagerlin et al. (2020)	El efecto mediador de la orientación estratégica, las capacidades de innovación y las capacidades de gestión entre la exploración y explotación, la ventaja competitiva y el desempeño de la empresa.
A40	Castillo & Garcia (2021)	Factores que determinan la innovación en las empresas agroalimentarias
A41	Ramos et al., (2021).	Efectos de la gestión de recursos humanos socialmente responsable en la innovación y La reputación en Pymes emprendedoras.
A42	Tóth et al., (2020)	Explorando el comportamiento de la adopción de la innovación para el desarrollo sostenible: el caso de Hungría
A43	Pineda., (2019).	Tendencias en la producción de artículos científicos sobre innovación en el campo de las ciencias administrativas
A44	Sande y Vence (2021).	Impacto de los fondos estructurales para innovación sobre la innovación empresarial: un análisis a través de los indicadores de empresas participantes en el programa FEDE Interconecta de Galicia
A45	Romero et al (2020)	Estrategias y ventaja competitiva binomio fundamental para el éxito de pequeñas y medianas empresas
A46	Sánchez et al., (2020)	Una comparativa de la innovación de España y Rusia: ¿políticas bilaterales para la innovación?
A47	Pereira et al., (2019)	Sostenibilidad, calidad, innovación y ventaja competitiva en el sector hotelero: un estudio de caso
A48	Mohammed et al., (2020)	Innovación digital: creación de ventajas competitivas
A49	Ulrich L. (2019).	Bloques de construcción para una transformación digital exitosa: complementando la tecnología y los problemas del mercado
A50	Suarez y Yoguel, (2020).	El desarrollo latinoamericano y el papel de la tecnología: una instrucción
A51	Pulido et al., (2017)	La organización en la economía del conocimiento: el papel fundamental de la gestión y transferencia del conocimiento actual

ANEXO 2

Lista de estudios seleccionados

Cod.	Autor y año	Título
A1	Díaz & Guambi, (2018)	La innovación: baluarte fundamental para las organizaciones.
A2	Sulistyo & Ayuni, (2020)	Ventajas competitivas de las pymes: los roles de la capacidad de innovación, la orientación empresarial y el capital social
A3	Asturiano & Ari, (2018).	La innovación como factor diferenciador en el segmento del e-Marketplace
A4	Moruff et al., (2020)	Innovación empresarial y ventaja competitiva en Nigeria, sector de manufactura.
A5	Saldarriaga et al., (2019)	Innovación Empresarial: Factor de competitividad y calidad de vida en Popayán, Colombia.
A6	Anning, (2018)	Innovación y creación de ventajas competitivas.
A7	Won et al., (2019)	Ventajas competitivas de las pymes: los roles de la capacidad de innovación, la orientación empresarial y el capital social
A8	Bernal & Rodríguez, (2019)	La innovación como factor diferenciador en el segmento del e-Marketplace
A9	Yepes, (2019)	El Talento Humano: Factor Estratégico para la Innovación y Transformación Organizacional. El talento humano: factor estratégico para la innovación y la transformación organizacional.
A10	Ochoa et al., (2017)	Innovación, technology and technological management
A11	Goran & Mustafá, (2020)	Diseño de una estrategia de innovación en el contexto de la ventaja competitiva en la industria de telecomunicaciones.
A12	Hernández & Sánchez, (2017)	Innovación y competitividad: Mico y pequeñas empresas del sector Agroindustria en cóncuta
A13	Sirorath et al., (2017)	Garantizar una ventaja competitiva mediante la capacidad de innovación y agrupación en la industria de moldeo de piezas automotrices de Tailandia
A14	Berenguer & Gois, (2018)	Determinantes de la innovación en micros y pequeñas empresas un enfoque de gestión.
A15	Benavides & Bolaños, (2020)	Barreras de innovación en Pymes: una aproximación a través de una revisión sistemática de literatura
A16	Seclen y López, (2020)	Influencia de uso de herramientas en la gestión de la fase temprana de proceso de innovación de productos.
A17	Nanath & Pillai (2017)	La influencia de la práctica de verdes en la ventaja competitiva: el papel de mediación del desempeño de la innovación.
A18	Montejano et al., (2017)	Ventajas competitivas en empresas manufactureras, resultado de los sistemas de producción y la innovación
A19	Marín & Cuartas (2019)	Relación Entre La Innovación Y El Desempeño: Impacto De La Intensidad Competitiva Y El Slack Organizacional.
A20	Wahyono, (2019)	Los efectos mediadores del producto innovación en relación entre la gestión del conocimiento y ventaja competitiva
A21	Pizzi & Ahedo (2019)	La innovación escondida de las Pymes industriales en el capitalismo español. Gestión como estrategias y repertorios de prácticas innovadoras en Pymes manufactureras catalanas
A22	Vega et al., (2020)	Marketing interno y tecnologías de información hacia la competitividad de agonegocios mexicanos
A23	González & Fernández, (2020)	Capacidades de innovación: análisis para la industria biotecnología de Cuba
A24	Cruz et al., (2020)	El impacto de integración social sobre la innovación en los impedimentos turísticos de Comarca, Minera, Hidalgo, México
A25	Maziti et al., (2018)	La relación entre liderazgo estratégico rendimiento de innovación y ventaja competitiva ente una muestra de pequeños negocios en Sudáfrica.
A26	Acuna & Castillo, (2018)	Barreras a la innovación no tecnológica: efectos sobre el desempeño empresarial en una economía emergente
A27	Mukarto et al., (2020)	Ventaja competitiva en la gestión medio ambiental e innovación ecológica
A28	Vélez et al., (2019)	Asciativa empresarial y liderazgo ambidiestro como generadores de innovación
A29	Jayani & Hui, (2018)	Relación entre capacidad de innovación, tipos de innovación y resultados e la empresa
A30	Álvarez, (2018)	Factores determinantes de la innovación en la competitividad de la industria de autopartes automotrices en México.
A31	Silva, (2017)	La innovación y la educación: variable clave para la competitividad de las empresas.
A32	Rachinger et al., (2019)	La digitalización y su influencia en la innovación del modelo de negocio
A33	Fagerlin & Wang, (2020)	Altos directivos, comunicación esfuerzos como respuesta a las tensiones en innovación del producto.
A34	Canizales, (2020)	Elementos claves de la innovación empresarial, una revisión desde las tendencias contemporáneas
A35	Pérez, (2018)	Innovación empresarial al servicio micro y pequeña empresa norte santandereana
A36	Espejel et al., (2018)	Innovación competitividad en la agroindustria artesanal de queso de la crema Chiapas

ANEXO 3

Anexo a: Tabla de hallazgos Categoría emprendedor

N°	ARTÍCULO	CATEGORÍAS	HALLAZGOS
A2	Sulistyo, H., & Ayuni, S. (2020). Competitive advantages of SMEs: The roles of innovation capability, entrepreneurial orientation, and social capital. Contaduría y Administración.	Innovación Mejora de procesos Desarrollo de tecnología Talento humano	AFIRMACIÓN La innovación, vista desde diferentes ámbitos y enfoques se plantea desde diferentes áreas de una organización, sin embargo, en la revisión de la literatura, se afirma que el factor de mayor importancia es el capital humano, ya que de estos parte todo proceso de innovación exitoso, es más sencillo establecer un ambiente organizacional idóneo para los procesos de innovación ya que la estructura organizacional en las pequeñas empresas es más sencilla, y los canales de comunicaciones son abiertos, es decir el ambiente que se genera permiten la cohesión y confianza, lo que permite un intercambio de ideas creativas. LIMITACIONES para implementar un proceso innovador en las pequeñas empresas son las limitaciones en los recursos tecnológicos y de conocimiento, la baja orientación empresarial y la falta de determinación para optar por implementar las ideas innovadoras, incluso cuando está comprobado que en el mundo globalizado en el que nos encontramos es sumamente necesario que las empresas innoven para permanecer en el mercado.
A 5	Saldarriaga, Guzmán, M. & Concha (2019). Innovación Empresarial: Factor de competitividad y calidad de vida en Popayán, Colombia. Revista venezolana de gerencia.	Innovación Mejora de procesos Benchmarking Desarrollo de tecnología Talento humano Desarrollo de productos	AFIRMACIÓN un proceso de innovación puede ser más flexible y fácil de adaptar en una pequeña empresa ya que el riesgo que se debe asumir es menor, así mismo, se menciona que el proceso de innovación debe ser aplicado de acuerdo a la estructura de la empresa, en caso de las pequeñas empresas los cambios más relevantes son en la eficiencia y eficacia en el área de atención al cliente, ya que esto permite lograr la competitividad. FASES ADICIONALES Al ser de estructura más sencilla, estas empresas se encuentran en constante evolución, con el único fin de minimizar costos y ofrecer nuevos o renovados productos.
A 10	Ochoa, A. M., Valdés, S.M. & Quevedo, A. Y. (2017). Innovation, technology and technological management.	Innovación Mejora de procesos Desarrollo de tecnología Talento humano	AFIRMACIÓN Se afirma que toda innovación tecnológica requiere de la unificación de conocimientos, tanto científicos como empíricos, así como de habilidades, requiere, por tanto, un proceso social, por lo que se afirma que el uso de la tecnología sin personas que la manipulen no ayuda a la generación de ventajas competitivas (p.2) DESCUBRIMIENTO: Según la revisión de esta literatura el término “gestión de la tecnología” debe ser considerado dentro de las pequeñas empresas ya que esta puede ser usada como un arma competitiva y como tal, debe constituir un punto esencial del planteamiento estratégico a largo plazo. (P.4)
A 12	Hernández F., S. & Sánchez M., K. (2017). Innovation and competitiveness: micro and small enterprises of agro-industrial sector in Cúcuta. Investigación desarrollo innovación, 8(1), 23-33.	Innovación Mejora de procesos Desarrollo de tecnología Talento humano	AFIRMACIÓN En este artículo se afirma que la capacidad de innovación debe realizarse en las áreas de proceso, desarrollo de productos e innovación. La innovación se encuentra estrechamente ligada a la ventaja competitiva, pues, solo se puede lograr esto mostrando mejoras atractivas dentro del proceso productivo, y dentro de toda la organización. CONDICIÓN La innovación no necesariamente debe ser la creación de algo nuevo, puede ser la mejora de algo ya creado. Durante todo proceso de innovación se deben realizar autoevaluaciones empresariales para evaluar primero las condiciones internas de una empresa.
A 15	Berenguer, V. R., & Gois O. R. (2018). Determinantes Da Inovação Em Micro E Pequenas Empresas: Uma Abordagem Gerencial.	Innovación Mejora de procesos Desarrollo de tecnología Talento humano	REFUTACIÓN Mientras que otros artículos afirman que los recursos tecnológicos son los más importantes para todo proceso de innovación, aquí se demuestra que incluso más importantes son las capacidades gerenciales y comerciales en todo proceso de innovación (p.362). OBSTACULOS

		Barreras	<p>Las pequeñas empresas, presentan mayor dificultad para acceder a los recursos tecnológicos debido a los escasos de sus recursos y la limitación de sus capacidades (p.350)</p> <p>AFIRMACIÓN</p> <p>La estructura sencilla de este tipo de empresas les permite mayor flexibilidad al momento de innovar y su actitud emprendedora puede incluso garantizar el éxito de este proceso (p.350)</p> <p>La capacidad de innovación en las pequeñas empresas depende de las habilidades de los emprendedores, así como de los empleados (p.352)</p> <p>NEGACIÓN</p> <p>Las empresas con mayor tiempo en el mercado, es decir ya establecidas tienen mayores posibilidades de quedar obsoletas en el tiempo, pues mayormente deciden innovar cuando se dan cuenta que están quedando rezagadas por la competencia, y en muchos casos esto no juega a su favor (p.353)</p> <p>DESCUBRIMIENTO</p> <p>Según la revisión de la literatura, la teoría nos indica que la innovación en procesos y productos son fundamentales para las pequeñas empresas, sin embargo, en esta revisión se afirma que estas no son las que más contribuyen en su eficiencia y posicionamiento (p.360)</p>
A 16	Benavides, L. E., & Bolaños, S. L. (2020). Barreras De Innovación en Pymes: Una Aproximación a Través De Una Revisión Sistemática De Literatura. Tendencias: Revista de La Facultad de Ciencias Económicas y	Innovación Mejora de procesos Desarrollo de tecnología Talento humano Barreras	<p>LIMITACIONES</p> <p>En este artículo, se afirma que la mayor limitación dentro de un proceso de innovación es la falta de recursos financieros internos y externos (préstamos), esto, sumado a la incertidumbre y el riesgo que trae consigo implementar cambios dentro de una empresa se convierten en principales limitantes en las pequeñas empresas, se debe tomar en cuenta que este tipo de organizaciones funcionan generalmente con recursos limitados.</p> <p>FASES ADICIONALES</p> <p>Las pequeñas empresas en temas de innovación se dividen en 3 grupos:</p> <p>LAS DE INNOVACIÓN INTRODUCIDO, que son las líderes innovando.</p> <p>LAS INNOVADORES MODESTOS, innovan al menos 1 vez por año.</p> <p>LAS EMPRESAS NO INNOVADORAS</p> <p>Conocer las limitaciones de una organización permitirá a los gerentes trabajar sobre las actitudes de resistencia al cambio, ya que innovar hoy en día, más que una opción se ha convertido en una exigencia.</p> <p>TEORÍA</p> <p>La teoría nos plantea tres tipos de barreras que se pueden dar dentro de una pequeña empresa que son las barreras de - nivel cognitivo que se refiere a que los gerentes ni siquiera notan la necesidad de innovación - el nivel de comportamiento en la que los gerentes se dan cuenta que necesitan innovar, pero no actúan o no hacen nada por hacerlo - barrera institucional en la que nos habla acerca de los procesos la gestión y los incentivos que nos respaldan un proceso innovador.</p> <p>DESCUBRIMIENTO</p> <p>En la práctica según la revisión de la literatura se ha determinado que las barreras más comunes que se pueden presentar dentro de una pequeña empresa son obstáculos internos como la falta de conocimiento, la sobrecarga de capacidad, los roles y tareas poco claras, las consecuencias de la innovación en la percepción del costo oportunidad los costos excesivos de un proceso innovador, los procesos rutinarios y cimentados así como la más fuerte que es la resistencia al cambio por parte del recurso humano así como los obstáculos externos que puede ser la burocracia gubernamental que influye negativamente en su desempeño innovador, la inestabilidad macroeconómica, el dominio de los mercados por parte de empresas estables y expertas ya establecidas, las dificultades en encontrar socios que contribuyan a los procesos innovadores.</p>
A 23	Pizzi, A., & Ahedo, M. (2019). La «innovación escondida» de las pymes industriales en el capitalismo español. Gestión, estrategias y repertorios de prácticas	Innovación Mejora de procesos Benchmarking Desarrollo de tecnología	<p>LIMITACIONES</p> <p>Internacionalmente en los estudios de nivel micro los factores internos y organizativos de las pequeñas empresas han recibido una menor atención teórica</p> <p>DESCUBRIMIENTO:</p> <p>Según la revisión literaria el caso de las pequeñas empresas lo que se puede aprovechar es su reducido tamaño convirtiéndose</p>

	innovadoras en pymes manufactureras catalanas.	Talento humano Desarrollo de productos Barreras	<p>en una ventaja si se sabe gestionar en base a la proximidad y la interacción cara a cara tanto con los clientes como con los proveedores y los colaboradores de la organización.</p> <p>Sin embargo es importante observar si la gestión y dirección de esta pequeña empresa se encuentra en manos de una persona profesional independiente o de la familia propietaria, se recomienda que las nuevas generaciones que tomen el mando de estas empresas adquieran un mayor nivel de formación, de esta manera podrán superar la barrera más frecuente en las pequeñas empresas que es la interacción entre la dirección y los empleados, este es un factor crítico en este tipo de empresas ya que en muchos casos los colaboradores pueden ser personas de escasos estudios técnicos o incluso que sólo hayan culminado estudios escolares, por lo que el trato con ellos debe ser de una manera lineal más no vertical. Esta gestión empresarial requiere un mayor nivel de formación por parte de los gerentes. (p.694)</p> <p>Una de las fortalezas que tienen las pymes es la relación directa con los clientes lo que permite adaptar la innovación de productos a las necesidades cercanas de los mismos (P.697)</p> <p>Las pequeñas empresas conciben la innovación no como una invención puesto que este proceso es mucho más costoso sino como un proceso de mejorar los productos que ofrece según las necesidades del mercado (P.698)</p> <p>LIMITACIONES</p> <p>Según la revisión de la literatura las barreras más frecuentes para la innovación y la competitividad de las pequeñas empresas están asociado a los costos y los menos significativos son los asociados con la resistencia de los colaboradores (p.711)</p>
A 27	Maziti L., Chinyamurindi W., Marango C. (2018). La relación entre liderazgo estratégico, rendimiento de innovación y competitiva ventaja entre una muestra de pequeños negocios en Sudáfrica. Revista de gestión contemporánea Acreditado por DHET. 15(1). 368-394.	Innovación Desarrollo de tecnología Talento humano Desarrollo de producto	<p>TEORÍA</p> <p>Cómo desarrollar un proceso de innovación es un área de interés en pequeños negocios a nivel mundial, dado que la búsqueda de la innovación también está relacionada con el crecimiento económico (P.4).</p> <p>DESCUBRIMIENTO</p> <p>Según la revisión de la literatura es a través de liderazgo estratégico que las pequeñas empresas pueden ser innovadoras y esforzarse en buscar una ventaja competitiva, es por ello que los líderes estratégicos pueden utilizar escasez de recursos a su alrededor para que las empresas sean competitivas e innovadoras (P.21)</p>
A 41	Pé rez C. M. (2018). Business innovation at the service of the micro and small business of Nort Santander: For regional conétitiveness. Economica Cucuta.	Innovación Mejora de procesos Benchmarking Desarrollo de tecnológico Talento humano Desarrollo de productos	<p>DESCUBRIMIENTO</p> <p>Uno de los beneficios que tienen las pequeñas empresas es su estructura simple, esto sumado a la formación integral y permanente de los colaboradores, así como los incentivos y la motivación para la creatividad empresarial permite la implementación de una cultura innovadora (P.94)</p> <p>LIMITACIONES</p> <p>Una de las principales barreras de las pequeñas empresas se da por los bajos niveles de formación del capital humano lo cual dificulta el acceso a recursos financieros externos es decir préstamos ya que las actividades que demandan alta tecnificación de sus procesos para su mejora no lo pueden desarrollar, lo que limita su desarrollo y crecimiento a nivel nacional e internacional (p.101)</p> <p>CONDICIONES</p> <p>Todo proceso de innovación está relacionado con continuos cambios en los procesos e implementación de mejoras continuas y hadas, en tal sentido la innovación se convierte en un hábito organizacional que debe estar soportado en la formación continua para la generación de cambios reales en los procesos y la mejora permanente, esto requiere de un liderazgo adecuado para poder llevar a cabo estos cambios con éxito (p.102)</p>

Anexo b: Tabla de hallazgos Categoría operativo

N°	ARTÍCULO	FASES	HALLAZGOS
A7	Won, Choi & Shin (2019). A mediating role of innovation capability between entrepreneurial competencies and competitive advantage. <i>Technology Analysis & Strategic Management</i> , 32(1), 1–14.	Innovación de procesos Desarrollo de producto Talento humano Barreras	las competencias, el conocimiento técnico y gestión de las habilidades tienen un efecto escaso sobre la ventaja competitiva. sin embargo, los efectos de las competencias empresariales sobre la ventaja competitiva son mucho más fuerte que el efecto directo CONDICIONES Para ampliar el éxito en la empresa es necesario poner más énfasis en actividades innovadoras, tecnología y la gestión de innovación y desarrollo (p.10) La capacidad de innovación es un papel importante para aumenta la competitividad (p.13)
A9	Yepes B., N. (2019). The Human Talent: A Strategic Factor for Innovación and Organizacional Transformation. El talento humano: factor estratégico para la innovación y la transformación organizacional. 4(1), 147-163	Innovación de producto Talento humano Desarrollo de productos Productividad Gestión de cambio	DESCUBRIMIENTO El talento humano es un principal factor estratégico para para alcanzar el resultado esperado de la empresa. Así mismo es necesario considerar las funciones del personal, trabajo en equipo. Algunas limitaciones en el talento humano requieren un ambiente donde pueda surgir nuevas ideas innovadoras, implementación de nuevos procesos que permita generar valor a la empresa
A30	Mukarto S., Gatot W., Ari W. & Wiwi H. (2020). Competitive Advantage of Environmental Management and Green Innovation. ecológica. <i>Utopia y Praxis Latinoamericana</i> , 25(10), 12- 533.	Innovación de proceso Talento Humano	CONDICIONES La innovación verde y la tecnología verde es considere dado una etapa importante para la empresa que generara una ventaja competitiva (p.535) Teniendo la ventaja competitiva logra el desempeño continuo de una empresa. La ventaja competitiva de pequeñas empresas incrementa el desempeño de la empresa a su vez el desarrollo del país. (p.536) LIMITACIONES La innovación verde, el desempeño financiero permite internacionalizar a las pequeñas empresas (p.537)
A42	Espejel G.A., Illescas M.C., Hernández M. A., Santos M. A. & Ramirez G. A. (2018). The innovation in artisan agro-industry of Chiapas´ crem chesse. <i>Economicas Cúcuta</i> . 39(2),25-38.	innovación de Producción Talento humano	CONDICIÓN La innovación el factor más importante de la competitividad permite conservar la calidad del producto, mejorar su aspecto y con ello posicionarse en el mercado. P. 35 Para dar mayor relevancia del producto es enfatizar en la marca registrada, además introducir nuevos canales de comercialización llegando a los conocimientos de los consumidores. Las pequeñas empresas productoras tienen escasa asesoría sobre el procesamiento del producto por lo tanto tiene menor apasionamiento en el mercado p. 36 Por otro lado, las pequeñas empresa s artesanales que no encuentran una asesoría gubernamental no implantan la innovación

Anexo c: Tabla de hallazgos Categoría aplicada

Nº	ARTÍCULO	FASES	HALLAZGOS
A1	Díaz M. G. y Guambi E.D. (2018). La innovación: baluarte fundamental para las organizaciones. INNOVA Research Journal. 3(10) ,212-229.	Innovación Mejora de procesos Desarrollo de producto	Una empresa que no innova está destinada a desaparecer, por tanto, la innovación es necesaria en todas las actividades internas de la empresa, de modo que se mejoran los procesos y se les brinda valor agregado a los productos
A4	Sanjo, O.M., Akee, A. O. & Alpan, E.E. (2020). Business Innovation and Competitive Advantage in Nigerian Manufacturing Sector. Emerging Markets Journal, 9(2), 36–43.	Innovación empresarial Calidad de productos Ventas de productos Desarrollo de producto	AFIRMACIÓN El desarrollo de producto mantiene fidelizado a los clientes, por el cual es necesario crear y entregar productos con valor agregado y mejor precio que pueda percibir el consumidor (p. 6) LIMITACIONES El nivel de la innovación en desarrollo de productos requiere el cambio interno y desarrollo organizacional.
16A	Benavides, L. E., & Bolaños, S. L. (2020). Barreras De Innovación en Pymes: Una Aproximación a Través De Una Revisión Sistemática De Literatura. Tendencias: Revista de La Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, 21(1), 221–237.	innovación mejora de procesos desarrollo de tecnología	Todo proceso de innovación está relacionado con continuos cambios en los procesos e implementación de mejoras continuas, en tal sentido la innovación se convierte en un hábito organizacional que debe estar soportado en la formación continua para la generación de cambios reales en los procesos y la mejora permanente.
A19	Nanath, K., & Pillai, R. R. (2017). The Influence of Green IS Practices on Competitive Advantage: Mediation Role of Green Innovation Performance. Information Systems Management, 1, 3.	Innovación Mejora de procesos Desarrollo de producto Ventaja competitiva desarrollo de tecnología	LA CONDICIÓN La innovación es un papel que contribuye par a impulsar ventaja competitiva desempeñando implementando hardware y software que permite facilitar el desarrollo y procesos de los productos, así mismo desempeño empresarial involucra en la productividad de los pioneros de una empresa. algunas limitaciones en las empresas la tecnología para innovar tiene un costo elevado de inversión.
A20	Montejano G, S., Campos G, R. M., & García R, R. (2017). Ventajas competitivas en empresas manufactureras, resultado de los sistemas de producción y la innovación. Small Business International Review, 1(1), 53–70	Innovación Mejora de procesos Productos Talento humano	DESCUBRIMIENTO La investigación indica que la innovación es una estrategia principal para sobrevivir y ubicar a la empresa en una buena posición de competir en el mercado desde un punto de innovación radical e incremental a partir de la identificación de las necesidades del cliente en lo productos, procesos y los sistemas de gestión, sin embargo en algunas empresas consideran durante el proceso y el cumplimiento de tiempo de entrega del producto, por lo tanto la innovación no se está realizando de manera sistemática. Recomienda actuar para prevenir aplicando la calidad principios de manufactura esbelta y desarrollo de equipos de mejora gestión lo cual impacta en el control de cadena de valor para mejorar el tiempo de entrega, finalmente
A21	Marín I. D., & Cuartas M. J. (2019). Relación Entre La Innovación Y El Desempeño: Impacto De La Intensidad Competitiva Y El Slack Organizacional. RAE: Revista de Administração de Empresas, 59(2), 95–107.	Desarrollo de tecnología Innovación Intensidad competitiva Desempeño organizacional	CONDICIÓN Desarrollar innovación es una intensidad competitiva como un eje estratégico para una ventaja competitivo que mejora el rendimiento de la empresa, por otro lado, el desempeño organizacional involucra en la innovación para el logro de del objetivo con eficacia y eficiencia que mide el desempeño organizacional de talento humano.
A22	Wahyono. (2019). The mediating effects of product innovation in relation between knowledge management and competitive advantage. Journal of Management	Innovación Talento humano Mejora de proceso	CONDICIÓN La investigación demuestra que cuanto mayor sea la gestión de conocimiento que influye en empleados aumenta la innovación de productos con nuevas ideas por lo tanto mayor es la ventaja competitiva, REFUTACIÓN: para ser competitivo las organizaciones debe crear, ubicar, capturar y compartir de manera eficaz y eficiente sus conocimientos y experiencias para dar solución a un problema y aprovechas las oportunidades mejorando proactivamente que permita lograr la ventaja competitiva.

A26	Cruz-C.E., Velázquez-C.J., & Pérez H. C. (2020). The overembeddedness impact on innovation: the small tourism ventures of the Comarca Minera, Hidalgo, México. OBETS: Revista de Ciencias Sociales, 15(2), 437-470.	Capacidad de Innovación Talento humano Desarrollo de tecnología	de	CONDICIÓN La innovación no solo está asociado a la creación y mejoramiento de productos y servicios si no también con la gestión de recursos internos y externos de la producción y mejora de proceso innovador, así mismo la innovación tecnológica es un papel importante, así como los estándares de calidad en la producción de servicio y productos.
A32	Jayani R. R. & Hui Y. (2018). Relationship between innovation capability, innovation type, and firm performance. Journal of Innovation & Knowledge, 3	Innovación Mejora de procesos		AFIRMACIÓN La investigación afirma que la innovación es uno de los factores más influyentes para el desarrollo de las actividades dentro de la empresa, además influye la capacidad de innovación que abarca el desarrollo continuo de conocimientos y habilidades en productos, procesos y sistemas que conlleva posicionamiento en el mercado.
A34	Álvarez A. E. (2018) Determining factors of innovation in the competitiveness of the automotive autopart industry in México. Revista de Economía. 35(90),125-153	Innovación Competitividad		AFIRMACIÓN Afirma que la innovación de tipo organizacional afecta la adquisición de las ventajas competitivas. CONDICIÓN Innovación positiva la competitividad interna, por ello que las empresas actuales necesariamente deben utilizar la innovación que involucra en las áreas como, productividad, administrativas es un camino que permita lograr el éxito empresarial.
A36	Silva G. H. (2017). La innovación y la educación: variable clave para la competitividad de las empresas. Clío América.11(21),88-107	Innovación competitiva Desarrollo de producto Barreras	de	AFIRMACIÓN Innovación como herramientas importantes para alcanzar niveles altos de competitividad algunas limitaciones de la empresa es satisfacer las necesidades del cliente, ya que los consumidores exigen nuevos productos o servicios novedosos.
A39	Fagerlin W.P.& Wang Y. (2020) Altos directivos 'comunicación esfuerzos como respuesta a las tensiones en innovación de producto: una vista basada en la atención. Baltic Journal of Management.1(1),1-29.	Innovación Talento humano		IMPLICANCIA Este estudio afirma las importancias de los altos directivos entre los subordinados como la comunicación de canales de intercambio de conocimientos, ideas y procesamiento de información, de manera que responde las tensiones de la innovación de producto. LIMITACIONES Sin embargo, la desintegración de los subordinados dificulta la innovación y fluidez de los procesos de producción.
A40	Canizales M.L. (2020).key elements of the business innovation. a review from contemporary trends. Revista Innova ITFIP, 6(1), 50-69.	Innovación tecnológica Innovación organizacional talento humano		CONDICIONES En esta investigación se afirma que la clave para lograr la ventaja competitiva es el desarrollo de la innovación flexible con mayor capacidad de adaptación y cambio de las estrategias por parte de la competencia, por otro lado, no solamente es la tecnología la responsable la de la innovación en la organización, sino también el capital humano ya que son ellos quienes con creatividad e ideas nuevas contribuyen para direccionar la innovación hacia la competitividad.

Anexo d: Tabla de hallazgos Categoría estratégico

N°	ARTÍCULO	FASES	HALLAZGOS
A3	Asturiano M., E. & Ari Z., M. (2018). Innovation as a differentiating factor in the e-marketplace segment. Estrategias &negocios.	Innovación Mejora de procesos Benchmarking Desarrollo de tecnología Talento humano Desarrollo de productos Barreras	DESCUBRIMIENTO Los trabajadores necesitan convivir con la innovación, para esto, la innovación debe ser sistemática y debe ser abierta, ya que este tipo de innovación permite aumentar la eficiencia en las organizaciones. CONDICIONES Dentro de la revisión de la literatura aparecen los términos "la innovación es parte de la cultura de la empresa y la innovación está en el ADN de nuestra empresa", se recomienda realizar reuniones multisectoriales para discutir procesos y nuevas estrategias de mercado, es entonces que se determina que el término "la innovación está en el ADN de nuestra empresa" es el más recomendable de adaptar en las organizaciones (p. 21) AFIRMACIONES La teoría según ciertos autores nos indica que la innovación debe ser sistemática, constante en su modelo de negocio y continúa para brindar ventajas competitivas y contribuir a la organización, según la revisión de esta literatura todas las empresas que se analizaron trabajan con la innovación como algo intrínseco dentro de su estructura, pero existen procesos sistematizados para el desarrollo de nuevos procesos y productos (p.23)
A6	Anning, D.T. (2018). Innovation and competitive advantage creation. International Marketing Review, 35(4), 580–600.	Innovación Mejora de procesos Talento humano Desarrollo de productos	DESCUBRIMIENTO Los procesos de innovación dentro de cada empresa deben estar relacionados con el mercado en el cual se van a desenvolver y los recursos con los que cuentan, dentro de esta correcta dirección de un proceso innovador es fundamental el liderazgo dentro de las organizaciones con el fin de crear una ventaja competitiva y un correcto posicionamiento de mercado (p.16)
A8	Bernal, M. C., & Rodríguez, D. L. (2019). Information and communication technologies as a factor of innovation and bussiness competitiveness. Scien tia et Technica, 24(1), 85–95.	Innovación Mejora de procesos Benchmarking Desarrollo de tecnología Desarrollo de productos	TEORÍA Para implementar un proceso de innovación, las empresas deben conocer sus capacidades AFIRMACIÓN La tecnología y la innovación tienen una estrecha relación pues la tecnología permite hacer más productivas las empresas y llevarlas al campo de la competitividad a nivel internacional, según el análisis de la literatura y las empresas analizadas se considera que hoy en día la tecnología es la clave del éxito empresarial sin importar el tipo de industria o el tamaño (p. 92) CONDICIONES Para que un proceso innovador sea exitoso debe estar alineada a los procesos y objetivos empresariales como por ejemplo la correcta gestión del conocimiento, el valor agregado y la experiencia del usuario (p. 92)
A11	Goran Y., I. & Mustafá, S.(2020). Designing Innovation Strategy in the Context of Competitive Advantage in Telecommunication Industry. Proceedings of the European Conference on Knowledge Management, 352–362. https://doi.org/10.34190/EKM.20.070	Innovación Mejora de procesos Benchmarking Talento Humano Desarrollo de productos	AFIRMACIONES El análisis de la teoría nos afirma que la innovación en marketing permite una mayor difusión y dar mayor conocimiento a los clientes acerca de los productos, así como generar mejores oportunidades de satisfacer sus expectativas, según el análisis de la literatura y los estudios de las empresas el marketing está altamente asociado con la generación de ventajas competitivas, el marketing está asociado con la renovación de productos, promociones y canales de distribución, su correcta implementación ayuda a la generación de ventajas competitivas, así mismo, la innovación de procesos trae beneficios como las ventajas en costos y mejoras en los procesos de producción (p. 359). CONDICIONES La condición para que un proceso innovador genera una ventaja competitiva será sólo si se logra que los competidores no puedan replicar las innovaciones que implementa la organización, es por esto que toda organización debe estar atenta a lo que sucede en el entorno empresarial (p.360) REFUTACIONES Según el análisis de la literatura hay hipótesis que fueron rechazadas, sin embargo después del análisis realizado se afirma que la innovación debe integrarse en todas las actividades de la organización, debe comenzar con los empleados y la administración misma para que todos se

			involucran en la resolución de problemas, el pensamiento crítico y creativo, esto permitirá que la adopción de todas las demás técnicas de innovación relacionadas con los productos procesos y cómo se comercializan sean implementadas de manera correcta (p.360)
A1 4	Sirorath T., Thepparat P., & Wann F. (2017). Ensuring competitive advantage through innovation capability and clustering in the thai automotive parts molding industry: a SEM approach. Management and Production Engineering Review, 8(1), 89–100.	Innovación Mejora de procesos de tecnología Talento humano Desarrollo de productos	<u>ESTRATEGIAS</u> Según la revisión de la literatura las estrategias aplicadas que dieron un resultado positivo fueron las relacionadas a la mejora de procesos ya que brindan un valor agregado a los productos, así como una reducción de costos y establece mejores estándares de calidad.
A1 7	Seclen L. J, & López.H. (2020). Influencia del uso de herramientas en la gestión de la fase temprana del proceso de innovación de productos. Innovar: Revista de Ciencias Administrativas y Sociales, 30(76), 119–130.	Innovación Desarrollo de tecnología Talento humano Desarrollo de productos	<u>DESCUBRIMIENTO</u> La estrategia más adecuada para las empresas en estudio es el CLUSTERING, ya que, además de ser una forma superior de ventaja competitiva, y la posible base para la supervivencia de la industria, les permite obtener muchas ventajas comerciales como analizar los obstáculos y encontrar soluciones creativas para el beneficio del sector (p.96) <u>CONDICIONES</u> Para que la agrupación en clústeres de redes tenga éxito, debe recibir el apoyo total del gobierno en la creación de nuevas regulaciones. Además, debe existir cooperación en innovación y desarrollo entre las diferentes empresas del sector (p.96)
A2 4	Vega M. J., Martínez S.M.,Parga M.N., & Bautista S.M. (2020). Marketing interno y Tecnologías de información: hacia la competitividad de los agronegocios mexicanos. Revista Venezolana de Gerencia, 25(92), 1684–1703.	Innovación Mejora de procesos de tecnología Talento humano Desarrollo de productos	<u>ESTRATEGIAS</u> Según la revisión de la literatura, la estrategia más usada en las organizaciones es la de reducción de costos y el aumento del desempeño de la organización, según los autores, esto se puede obtener implementando una infraestructura tecnológica. <u>CONDICIÓN</u> Así como la necesidad de innovar en tecnología, es igual o incluso más importante para poder incrementar sus índices de competitividad, que las organizaciones consideren dentro de su planeación estratégica acciones para crear ambientes propicios en la organización, que permitan la comunicación y satisfacción de las necesidades de los colaboradores ya que serán ellos quienes se encarguen de satisfacer la de los clientes. (p.1695)
A2 5	González, C. R., & Fernández, I. D. (2020). Innovation Capabilities: Analysis for the Biotech Industry in Cuba/Capacidades De Innovacion: Analisis Para La Industria Biotecnologica en Cuba. International Journal of Cuban Studies, 12(1),22- 97.	Innovación Mejora de procesos Talento humano Desarrollo de productos	<u>ESTRATEGIAS</u> Según la revisión de la literatura, las organizaciones han desplegado en los últimos años un programa de captación de talentos y estimulaciones desde edades tempranas para despertar en niños y adolescentes el interés en el estudio de la tecnología. Establecer planes de innovación y desarrollo. Realizar seguimiento a la capacidad de aprendizaje de los colaboradores (p.110) Establecer un sistema de inteligencia comercial y medir continuamente la eficiencia de la fuerza de ventas (p.111). <u>OBSTÁCULOS</u> La alta rotación del personal, no permite la consecución de objetivos ya que se tiene que capacitar continuamente personal nuevo (p.110) El área de producción no se vincula desde la fase inicial en el proceso de innovación (p.110)
A2 9	Acuna O. C., & Castillo V. M. (2018). Barriers	Innovación Mejora de procesos	<u>DESCUBRIMIENTO</u>

	to non-technological innovation: Impact on business performance in an emerging economy. Contaduría y Administración, 63(3), 1-23.	Desarrollo de tecnología Talento humano Desarrollo de productos Barreras	de de	Se deben plantear estrategias relacionadas a la innovación de marketing y organizacionales ya que, según la revisión de la literatura, ambos tienen efectos positivos sobre la ventaja competitiva, sobre todo en empresas en etapas de introducción. Algunas de las estrategias recomendadas son las de implementar estrategias de marketing digital y comunicación lineal (p.16)
A3 1	Vélez B. O., Beltrán, R.J., López G.J. & Arias V.F. (2019). Asociatividad empresarial y liderazgo ambidiestro como generadores de innovación. Revista de Ciencias Sociales. 25(2). 51-72.	Innovación Mejora de procesos Benchmarking Talento humano Barreras		<u>CONDICIONES</u> Para implementar un proceso innovador exitoso, es necesario que el líder tenga ciertas características como: ser ambicioso, adaptarse al cambio, siempre prestar atención a la competencia, debe hacer uso de los diferentes estilos de liderazgo ya que estos se complementan (p.66) <u>DESCUBRIMIENTO</u> El tipo de administración en una organización que busque tener éxito en un proceso de innovación debe ser más humana, con procesos mejor organizados y competitivos (p.66)
A3 7	"Rachinger M., Rachinger R. Müller C., Vorraber W. & Schirgi E. (2019). La digitalización y su influencia en la innovación del modelo de negocio. Revista de fabricación Gestión de la tecnología. 30(8), 1143-1160.	Innovación Mejora de procesos Desarrollo de tecnología Desarrollo de productos	de de	<u>ESTRATEGIAS</u> Establecer estrategias relacionadas a la digitalización que, posteriormente dará como resultado una transformación digital en las empresas (p.1145). Según la revisión de la literatura, se recomienda a las organizaciones seguir estrategias para poder brindar productos derivados para poder abarcar una mayor participación en el mercado (p.1155)

ANEXO 4:

Anexo a: *Rejilla de revisión sistemática*

No	Referencia	Revista	Base de datos	Año	Autor	Metodología	Palabras claves	Muestra	Conclusiones	Recomendaciones
A1	Guambi E.D. & Díaz M. G. (2018). La innovación: baluarte fundamental para las organizaciones. INNOVA Research Journal. 3(10) ,212-229.	Innova	Ebsco	2018	Díaz Muñoz Gabriel Guambi Espinoza David	La metodología utilizada fue descriptiva correlacional y cualitativa.	Innovación, empresa, competitividad, crecimiento empresarial, conocimiento	Recopilación de información de documentos bibliográfico.	Concluyó en que las empresas que innovan de forma sostenible logran desarrollar una ventaja competitiva que es percibida por el mercado como un plus que permite lograr la ventaja competitiva.	Recomendó a las futuras investigaciones facilitar la comprensión del tema valiéndose de un análisis detallado, coherente, propositivo y cuestionable comparando la información entre autores.
A2	Sulistyo, H., & Ayuni, S. (2020). Competitive advantages of SMEs: The roles of innovation capability, entrepreneurial orientation, and social capital. Contaduría y Administración, 65(1), 1–18.	Contaduría y Administración	Ebsco	2019	Sulistyo Ayuni	El diseño de la investigación fue descriptivo, explicativa	Orientación empresarial; Capital social; Desempeño; Capacidad de innovación; Ventaja competitiva	254 encuestas a los propietarios artesanales en Semarang	Concluyó que la capacidad de innovación de una empresa influye significativamente sobre la ventaja competitiva.	Recomendó que las futuras investigaciones sean longitudinales para poder determinar qué factores diferenciadores impulsan la innovación para generar ventajas competitivas.
A3	Asturiano M. E. (2018). Innovation as a differentiating factor in the e-marketplace segment. Estrategias &negocios . 11 (3),1-25.	Estrategias &negocio	Ebsco	2018	Asturiano	El diseño de la investigación fue exploratoria cualitativa		unidad de análisis en empresas del segmento de e Marketplace	Concluyó que la innovación puede contribuir en el uso de procesos, productos como una fuente de ventaja competitiva logrando la diferenciación en el mercado.	Recomendó que las investigaciones posteriores se deben enfocar en analizar la relación entre cultura organizacional e innovación en empresas e-Marketplace
A4	Sanjo, O.M., Akee, A. O. & Alpan, E.E. (2020). Business Innovation and Competitive Advantage in Nigerian Manufacturing Sector. Emerging Markets Journal, 9(2), 36–43.	Emerging Markets Journal	Ebsco	2019	Sanjo Akeem Akpan	El método de la investigación fue de encuestas descriptivas.	Innovación empresarial, Calidad, Producto, Ventaja competitiva, Sector manufacturero	Encuestas	Concluyó que la innovación empresarial tiene un efecto importante sobre el precio, la calidad y las ventas del producto.	Recomendó que las futuras investigaciones sean experimentales para poder identificar el mejor proceso que permita brindar productos de excelente calidad.
A5	Saldarriaga, M. Guzmán, M. & Concha (2019). Innovación Empresarial: Factor de competitividad y calidad de vida en Popayán, Colombia. Revista venezolana de gerencia.24(2), 151-166	Revista venezolana de gerencia	Ebsco	2019	Saldarriaga Guzmán Concha Cerón, Eduardo Andrés	La investigación es cualitativa exploratoria.		Entrevista semiestructurada en 30 empresas.	Concluyó que la innovación es una ventaja competitiva que permite la diferenciación y adaptarse a los cambios del entorno con mejoramiento continuo de los procesos.	Finalmente recomendó que las futuras investigaciones sean longitudinales para promover el mejoramiento de la calidad en los procesos como herramienta para lograr ventaja competitiva.

Anexo b: *Rejilla de revisión sistemática*

No	Referencia de la fuente (artículo indizado)	Revista	Base de datos	Año	Autor	Metodología	Palabras claves	Muestra	Conclusiones	Recomendaciones
A6	Anning, D.T. (2018). Innovation and competitive advantage creation. <i>International Marketing Review</i> , 35(4), 580–600. Z	Emerald	Ebsco	2018	Anning	El diseño de la investigación fue mediante la recopilación de datos.	Ventaja competitiva, mercados emergentes, innovación de procesos, innovación de mercado,	Recopilación de datos.	Concluyó que el liderazgo organizacional es un importante mediador entre la innovación y la ventaja competitiva.	Recomendó que las futuras investigaciones deben ser explicativas ya que deben poder definir el liderazgo y estrategias de innovación en ámbitos más amplios.
A7	Won, Choi & Shin (2019). A mediating role of innovation capability between entrepreneurial competencies and competitive advantage. <i>Technology Analysis & Strategic Management</i>	Technology Analysis & Strategic Management	Ebsco	2019	Won Choi Shin	El diseño de la investigación fue cualitativo.	De emprendedor, competencias, investigación y desarrollo		Concluyó que la innovación juega un papel importante para diferenciarse de la competencia logrando una ventaja competitiva significativa.	Recomendó que las futuras investigaciones deben ser teóricas para poder buscar más información sobre la innovación.
A8	Bernal, M. C., & Rodríguez, D. L. (2019). Information and communication technologies as a factor of innovation and bussiness competitiveness. <i>Scientia et Technica</i> , 24(1), 85–95.	Scientia et Technica	Ebsco	2019	Bernal Rodríguez	El diseño que se utilizó fue el enfoque cualitativo y descriptivo.	Competitividad Empresarial, Innovación, Tecnologías de la información y comunicación.		Concluyó que las TIC permiten la evolución de las empresas logrando así alcanzar el éxito.	Recomendó que las futuras investigaciones deben ser cualitativas para poder comprobar las ventajas de los procesos de innovación.
A9	Yepes B., N. (2019). The Human Talent: A Strategic Factor for Innovation and Organizational Transformation. El talento humano: factor estratégico para la innovación y la transformación organizacional. 4(1), 147-163	Science of Human Action	Ebsco	2019	Yepes	El diseño de la investigación fue enfoque cualitativo de tipo descriptivo con corte inductivo de diseño de tipo transversal.	Talento humano, innovación, organizacional, estrategias.	Recolección de información de entrevistas estructuradas	Concluyó que la gestión humana tiene un papel importante en la organización, ya que su éxito validado estrechamente a su equipo de trabajo.	Recomendó que las nuevas investigaciones aborden factores del talento humano en las herramientas competitivas e innovadoras que permiten trascender las empresas.
A10	Ochoa, A. M., Valdes, S.M. & Quevedo, A. Y. (2017). Innovation, technology and technological management. <i>Acimed</i> , 16(4), 1–11.	Acimed		2017	Ochoa Valdés Quevedo	El diseño de la investigación fue enfoque holístico.	Innovación, Tecnología, Gestión, Gestión tecnología, gestión tecnología ambiental	como unidad de análisis las empresas globales.	Concluyó que la tecnología fundamenta en el principio de preservar su capacidad competitiva, siempre que utilice los conocimientos que posee.	Recomendó que las futuras investigaciones vinculadas en el sector productivo y de servicios que faciliten el desarrollo tecnológico.

Anexo c: Rejilla de revisión sistemática

No.	Referencia de la fuente (artículo indizado)	Revista	Base de datos	Año	Autor	Metodo logia	Palabras claves	Muestra	Hallazgos - Conclusiones	Recomendaciones
A11	Goran Y., I. & Mustafá, S. (2020). Designing Innovation Strategy in the Context of Competitive Advantage in Telecommunication Industry. Proceedings of the European Conference on Knowledge Management, 352-362. https://doi.org/10.34190/EKM.20.070	Proceedings of the European Conference on Knowledge Management		2020	Goran & Mustafá	Cuantitativo	innovación de productos, innovación de procesos, innovación de marketing, innovación de la organización, ventaja competitiva	Un grupo de empresas de telecomunicaciones de 00 empleados de la compañía Korak	Se concluyó que toda empresa debe estar siempre al tanto de lo que sucede en el entorno empresarial, ya que una ventaja competitiva solo se puede mantener, si las innovaciones pueden ser copiadas	Se recomendó a los futuros investigadores aunar más sobre la comunicación entre la organización y los empleados e investigar sobre el marketing como la estrategia de innovación es importante.
A12	Hernández & Sánchez 2017	investigación desarrollo innovación	Ebsco	2017	Hernández Sánchez Coelho	Enfoque mixto, alcance descriptivo y explicativo.	Industria, competitividad, gestión, empresa, innovación.	49 de micro y pequeñas empresas del sector agroindustrial	Se concluyó que la competitiva tiene relación directa con la innovación, ya que no se puede ser competitivo si no existen mejoras continuas dentro del proceso productivo, en el producto o servicio y en la organización.	se recomendó para las futuras investigaciones, proponer estrategias para impulsar la innovación dentro de las organizaciones, del sector agroindustrial
A14	Sirorath T., Thepparat P., & Wannoo F. (2017). Ensuring competitive advantage through innovation capability and clustering in the thai automotive parts molding industry: a SEM approach. Management and Production Engineering Review, 8(1), 89-100. https://doi.org/10.1515/MPER-2017-0010	Management and Production Engineering Review	Ebsco	2017	Sirorath Thepparat	Mixto	Industria de modelo, innovación estructural, ventaja competitiva.	La muestra 240 proveedores de componentes y producción automotriz	Se concluyó que las organizaciones automotrices deben enfocarse en los clusters, ya que esto permitirá un aumento en la capacidad de innovación lo que permitirá generar una ventaja competitiva, no solo para la empresa también para la sociedad	Se recomendó para futuras investigaciones realizar un estudio sobre clustering como base para la supervivencia de las industrias
A15	Berenguer, V. R., & Gois O. R. (2018). Determinantes Da Inovação Em Micro E Pequenas Empresas: Uma Abordagem Gerencial. RAE: Revista de Administração de Empresas, 58(4), 349-364. https://doi.org/10.1590/S0034-759020180402	RAE: Revista de Administração de Empresas	ebsco	2018	Berenguer Gois	Cuantitativo	Capacidad innovativa, determinantes de innovación, micro y pequeñas empresas	315 MiPymes	Se concluyó que el planteamiento de estrategias eficientes de innovación puede darse por medio de las inversiones de las capacidades dinámicas, así como la información obtenida en las redes de conocimiento	se recomendó realizar nuevos estudios, que analicen las capacidades ambientales y los métodos econométricos para obtener resultados mas sólidos

Anexo d: Rejilla de revisión sistemática

No.	Referencias	Revista	Base de datos	Año	Autor	Metodología	Palabras claves	Muestra	Conclusiones	Recomendaciones
A11	Goran Y., I. & Mustafá, S. (2020). Designing Innovation Strategy in the Context of Competitive Advantage in Telecommunication Industry. Proceedings of the European Conference on Knowledge Management, 352-362.	Proceedings of the European Conference on Knowledge Management		2020	Goran Mustafá	Cuantitativo	innovación, productos de innovación de procesos, innovación de marketing, la organización.	Un grupo de empresas de telecomunicaciones de Erbil 100 empleados de la compañía Korak	Se concluyó que toda empresa debe estar siempre al tanto de lo que sucede en el entorno empresarial, ya que una ventaja competitiva solo se puede mantener, si las innovaciones pueden ser copiadas	Se recomendó a los futuros investigadores aunar más sobre la comunicación y los empleados e investigar sobre el marketing como la estrategia de innovación es importante.
A12	Hernández & Sánchez 2017	investigação desenvolvimento innovacion	Ebsco	2017	Hernández Sánchez Coelho	Enfoque mixto, alcance descriptivo y explicativo.	Agroindustria, competitiva di, gestión, empresa, innovación.	49 de micro y pequeñas empresas del sector agroindustri al.	Se concluyó que la competitivas tiene relación directa con la innovación, ya que no se puede ser competitivo si no existen mejoras continuas dentro del proceso productivo, en el producto o servicio y en la organización.	se recomendó para las futuras investigaciones, proponer estrategias para impulsar la innovación dentro de las organizaciones, del sector agroindustrial
A14	Siroth T., Thepparat P., & Wann F. (2017). Ensuring competitive advantage through innovation capability and clustering in the thai automotive parts molding industry: a SEM approach. Management and Production Engineering Review, 8(1), 89-100. https://doi.org/10.1515/mper-2017-0010	Management and Production Engineering Review	Ebsco	2017	Siroth T Thepparat Wann	Mixto	Industria de modelo, innovación, Modelo estructural, ventaja competitiva.	La muestra de 240 proveedores de componentes y producción automotriz	Se concluyo que las organizaciones automotrices deben enfocar en los clústeres, ya que esto permitirá un aumento en la capacidad de innovación lo que permitirá generar una ventaja competitiva, no solo para la empresa también para la sociedad	Se recomendó para futuras investigaciones realizar un estudio sobre clustering como base para la supervivencia de las industrias
A15	Berenguer, V. R., & Gois O. R. (2018). Determinantes Da Inovação Em Micro E Pequenas Empresas: Uma Abordagem Gerencial. RAE: Revista de Administração de Empresas, 58(4), 349-364	RAE: Revista de Administração de Empresas	ebsco	2018	Berenguer Gois	Cuantitativo	Capacidad innovativa, determinantes de innovación,	315 MiPymes de Pernambuco	Se concluyó que el planteamiento de estrategias eficientes de innovación puede darse por medio de las inversiones de las capacidades dinámicas, así como la información obtenida en las redes de conocimiento	se recomendó realizar nuevos estudios, que analicen las capacidades ambientales y los metodos econométricos para obtener resultados más sólidos

No.	Referencias	Revista	Base de datos	Año	Autor	Metodología	Palabras claves	Muestra	Conclusiones	Recomendaciones
Anexo e: Rejilla de revisión sistemática										
A16	Benavides, L. E., & Bolaños, S. L. (2020). Barreras De Innovación en Pymes: Una Aproximación a Través De Una Revisión Sistemática De Literatura. Tendencias: Revista de La Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, 21(1), 221–237.	Tendencias: Revista de La Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas y Administrativas	Ebsco, Scopus	2020	Benavides, Bolaños	cualitativa	innovación, barreras, Pymes, capacidad	135 artículos que tengan en el título las palabras claves, innovación, barreras Pymes	Se concluyó que es recomendable dividir las empresas según las categorías de innovación que son líderes de innovación, innovadores modestos y empresas no innovadoras, para identificar la diferencias gerentes.	Se recomienda al gobierno desarrollar programas estratégicos que fomente la innovación en las pymes
A17	Seclen L, J, y López. (2020). Influencia del uso de herramientas en la gestión de la fase temprana del proceso de innovación de productos. Innovar: Revista de Ciencias Administrativas y Sociales, 30(76), 119–130.	Innovar: Revista de Ciencias Administrativas y Sociales	Ebsco Scopus	2020	Seclen López	Mixta	proceso de innovación, gestión de la innovación.	107 empresas que fueron financiadas con fondos público para acabo un proyecto de innovación	Se concluyó que el uso correcto de herramienta en la fase temprana de innovación de productos tiene una relación positiva y directa sobre la generación de ventajas competitiva.	se recomendó para las futuras investigaciones realizar estudios de tipo sectorial que se enfoquen en los procesos de la innovación así como realizar estudios longitudinales que abarquen toda la fase del proceso de innovación
A19	Nanath, K., & Pillai, R. R. (2017). The Influence of Green IS Practices on Competitive Advantage: Mediation Role of Green Innovation Performance. Information Systems Management, 1, 3.	Information Systems Management	Ebsco	2017	Nanath Pillai	Cuantitativo	Ventaja competitiva, innovación de procesos ecológicos e innovación de productos ecológicos	Trabajadores de empresas de empresas que practiquen de la estrategia ESVERDE	Se concluyó que la inclusión del sector de greets para ser que los recursos sean más eficientes	Se recomendó utilizar estrategias para probar la elegibilidad de los candidatos
A20	Montejano G, S., Campos G, R. M., & García R, R. (2017). Ventajas competitivas en empresas manufactureras, resultado de los sistemas de producción y la innovación. Small Business International Review, 1(1), 53–70.	Small Business International Review	Ebsco	2017	Montejano Campos	Transversal no experimental y Cuantitativa	Ventaja competitiva, sistema de producción, innovación, empresas manufactureras	490 empresas manufactureras de AGUAS CALIENTE S.	Se concluyó que los empresarios de AGUAS CALIENTES no aplican técnica para mejorar sus sistemas de producción a menos que sean muy necesarios, siendo la dimensión automatización sobre los procesos en la que menor atención tiene	se recomendó que las futuras investigaciones realizar procesos de operación con el fin de financiar la automatización de los mismos.
A21	MARIN I. D., & CUARTAS M. J. (2019). Relación Entre La Innovación Y El Desempeño: Impacto De La Intensidad Competitiva Y El Slack Organizacional. RAE: Revista de Administração de Empresas, 59(2), 95–107.	RAE: Revista de Administração de Empresas	Ebsco	2018	Marín Cuartas	Diseño de la investigación fue mixto, explicativo transversal	Innovación, desempeño, intensidad competitiva, slack organizacion al	fué compuesta por 579 empresas	Se concluyo que la intensidad competitiva y la holgura organizacional influyen positivamente y mejora el rendimiento de las organizaciones	Se recomendó para las futuras investigaciones realizar un modelo estructurado de las investigaciones

Anexo f: Rejilla de revisión sistemática

No.	Referencias	Revista	Base de datos	Año	Autor	Metodología	Palabras claves	Muestra	Conclusiones	Recomendaciones
A23	Pizzi, A., & Ahedo, M. (2019). La «innovación escondida» de las pymes industriales en el capitalismo español. Gestión, estrategias y repertorios de prácticas innovadoras en pymes manufactureras catalanas. (Spanish). Papers: Revista de Sociología, 104(4), 687-717.	Papers: Revista de Sociología	scopus	2019	Pizzi, Alejandro Ahedo, Manuel	Cualitativo	Sistemas de innovación, capitalismo, Competitividad local.	22 directivos de Pymes manufactureras de Cataluña	Se concluyó que las Pymes manufactureras carecen de un sistema de innovación continuo, por lo que están altamente condicionadas a estrategias de otras empresas líderes	Se recomienda para futuras investigaciones realizar un estudio longitudinal a nivel macro que ayude a Pymes a mejorar su relación en las las redes cadenas de valor y suministros
A24	Vega M. J., Martínez S.M., Parga M.N., & Bautista S.M. (2020). Marketing interno y Tecnologías de información: hacia la competitividad de los agronegocios mexicanos. Revista Venezolana de Gerencia, 25(92), 1684-1703.	Revista venezolana de gerencia	Scopus	2020	Vega Martínez Parga Bautista	Cuantitativo	Marketing interno, tecnología de información, competitividad	219 agronegocios de la región centro occidente de México	Se concluyó que el desarrollo de capacidades de mercados internos y externos son de suma importancia para la búsqueda de ventajas competitivas	Se recomendó robustecer el modelo con variables como la capacidad de absorción y la gestión del conocimiento para dar mayor explicación a la dimensión
A25	Gonzalez, C. R., & Fernández, I. D. (2020). Innovation Capabilities: Analysis for the Biotech Industry in Cuba/Capacidades De Innovación: Análisis Para La Industria Biotecnológica en Cuba. International Journal of Cuban Studies, 12(1), 22- 97.	International Journal of Cuban Studies	Scopus	2020	González Fernández	Cualitativa	Innovación, capacidades de innovación, biotecnológico.	60 profesionales de la oficina Central del grupo del Biocuba Farma	Se concluyó que el sector Biotecnológico presenta financiamiento y estabilidad de recursos calificado, por lo que sus procesos de investigación e innovación no son fáciles de llevar al mercado.	Se recomienda para futuras investigaciones revisar investigaciones sobre estrategias que permitan una innovación garantizando una reducción de costos y el desarrollo de calidades productivas.
A26	Cruz-C.E., Velázquez-C.J., & Pérez H. C. (2020). The overembeddedness impact on innovation: the small tourism ventures of the Comarca Minera, Hidalgo, México. OBETS: Revista de Ciencias Sociales, 15(2), 437-470.	ciencias sociales	Scopus	2020	Cruz Velázquez Pérez	Cualitativo	Turismo, innovación, emprendimiento, redes de relaciones.	23 emprendimientos turísticos del parque ecoturístico "el bosque de las truchas" ubicada en la comarca, México	Se concluyó que los esquemas jerárquicos aplicados a estrategias de innovación es la principal limitante para estos productos, restringe la búsqueda de conocimientos y reduce las mismas.	Se recomendó para las futuras investigaciones realizar estudios en más parques ecoturísticos de la región, así como emprendimiento de base comunitaria.
A27	Maziti L., Chinyamurindi W., Marango C. (2018). La relación entre liderazgo estratégico, rendimiento de innovación y muestra de pequeños negocios en Sudáfrica. Revista de gestión contemporánea Acreditado por DHET. 15(1), 368-394.	Dhet	Scopus	2018	Maziti	Cuantitativo	Ventaja competitiva, desempeño de innovación, liderazgo estratégico.	275 propietarios de pequeñas empresas	Se concluyó que la Técnicas e previsión y planificación se pueden utilizar con fines competitiva	Se recomendó para futuras investigaciones realizar estudios comparativos en otros países africanos con el fin comprender no solo los problemas que afectan a las pequeñas empresas, sino también los determinantes que influyen en el desempeño y esta entidades.
A29	Acuna O. C., & Castillo V. M. (2018). Barriers to non-technological innovation: Impact on business performance in an emerging economy. Contaduría y Administración, 63(3), 1-23.	contaduría y administración	ebSCO	2018	Acuna Pérez	Cuantitativo	Barrera a la innovación, desempeño empresarial, empresas consolidadas	3548 empresa pertenecientes a los sectores servicios e industria.	Se concluyó que la influencia de barreras a la innovación de la organización tiene mayor impacto en empresas que se encuentran en etapas de introducción y crecimiento.	Se recomendó para futuras investigaciones establecer estrategias empresariales especialmente bajas en procesos de innovación

Anexo g: de revisión sistemática

No.	Referencias	Revista	Base de datos	Año	Autor	Metodología	Palabras claves	Muestra	Conclusiones	Recomendaciones
A30	Mukarto S., Gatot W., Ari W. & Wiwi H. (2020). Competitive Advantage of Environmental Management and Green Innovation. <i>ecológica. Utopia y Praxis Latinoamericana</i> , 25(10), 12- 533. https://doi.org/10.5281/zenodo.4155841	revista: <i>Internacional de filosofía y teoría social</i> CESA-FCES-Universidad Sullia	Scopus	2020	Mukarto	mixta	Gestión ambiental, innovación ecológica y ventaja competitiva,	110 trabajadores de las gerencias de la empresa Bundes	Se concluyó que la gestión ambiental es muy importante en la generación de ventajas competitivas y tiene un efecto positivo en los resultados de la empresa	Se recomendó realizar estudios acerca de las conductas adaptadas por otras empresas, para poder identificar los puntos de mejora
A31	Vélez B. O., Beltrán, R.J., López G.J. & Arias V.F. (2019). Asociatividad empresarial y liderazgo ambidiestro como generadores de innovación. <i>Revista de Ciencias Sociales</i> .25(2):51-72.	Revista de ciencias social	Scopus	2019	Vélez	Cualitativa	Asociatividad empresarial, liderazgo ambidiestro, innovación, explotación	68 artículos que tenían relación con la ambidiestros organización al	Se concluyo en que la asociatividad empresarial y liderazgo ambidiestro con respecto a la innovación se encuentran estrechamente relacionado, por lo que se plantea la posibilidad de realizar actividades explotadoras y exploradoras al mismo tiempo.	Se recomendó para futura investigaciones realizar estudios de carácter empíricos para poder comparar si los conceptos planteados en este artículo se llevan a cabo en el ámbito empresarial.
A32	Jayani R. R. & Hui Y. (2018). Relationship between innovation capability, innovation type, and firm performance. <i>Journal of Innovation & Knowledge</i> <i>Journal of Innovation & Knowledge</i> , 3(1), 44-55. https://doi.org/10.1016/j.jik.2017.06.002	Journal of Innovation & Knowledge	Scopus	2017	Jayani	Cualitativo	Capacidad de innovación, tipos de innovación, comportamiento de mercado.	379 gerentes de compañías de seguros	Se concluyó que la capacidad de innovación ayuda a generar mayor ventaja competitiva lo cual permite a las empresas mejorar su capacidad de innovación y adaptarse al comportamiento del mercado	Se recomendó para las futuras investigaciones tomar la capacidad de innovación como un concepto multidimensional y realizar investigaciones de tipo cuantitativo.
A34	Álvarez A. E. (2018) Determining factors of innovation in the competitiveness of the automotive autopart industry in México. <i>Revista de Economía</i> . 35(90), 125-153	Revista de economía	Esbco	2018	Álvarez	Cuantitativa	Innovación organizacional, competitividad empresarial, ventaja competitiva.	141 empresas de la industria en la industria de autopartes de automotrices en México	Se concluyó que existe una relación positiva entre el factor competitividad interna y la innovación organizacional.	Se recomendó para las futuras investigaciones estudiar los factores de la innovación y ventaja competitiva
A36	Silva G. H. (2017). La innovación y la educación: variable clave para la competitividad de las empresas. <i>Clió América</i> .11(21), 88-107	Clió América	SciELO, esbco	2017	Silva	Cualitativo	Educación e innovación, competitividad, investigación.		Se concluyó que la nueva estrategia de la competitividad internacional se apunta en un diseño donde la ventaja competitiva recae en la articulación con eficacia operativa y de reintegración en la cadena de valor.	

Anexo h: Rejilla de revisión sistemática

No.	Referencias	Revista	Base de datos	Año	Autor	Metodología	Palabras claves	Muestra	Hallazgos - Conclusiones	Recomendaciones
A37	Rachinger M., Rachinger R. Müller C., Vorraber W. & Schirgi E. (2019). La digitalización y su influencia en la innovación del modelo de negocio. Revista de fabricación de tecnología.30(8),1143-1160.	Gestion de la tecnología	Scopus	2018	Rachiger	Cualitativo	Educación e innovación, competitividad, investigación.	12 informantes de los miembros de comunicación y la industria automotriz	Se concluyó que las industrias investigadas deben adaptarse a la época de digitalización si de permanecer en el mercado empresarial.	Se recomendó para las futuras investigaciones realizar un estudio con más encuestados o diversificando la muestra teniendo encuestas más organizaciones.
A39	Fagerlin W.P. & Wang Y. (2020) Altos directivos 'comunicación esfuerzos como respuesta a las tensiones en innovación de producto: una vista basada en la atención. Baltic Journal of Management.1(1),1-29.	Baltic Journal of Management	Scopus	2020	Fagerlin	Cualitativa	Tensión organizacional, gerente superior, visión basada en la tensión.	34 informantes de las diferentes empresas de la región	Se concluyó que existe tres tipos de tensiones que desintegran la atención	Se recomendó para las futuras investigaciones realizar otras acciones efectivas o complementarias que contribuyan a ser frente a las tensiones en la innovación de producto.
A40	Canizales M.L. (2020). Key elements of the business innovation. a review from contemporary trends. Revista Innova ITFIP, 6(1), 50-69. Recuperado a partir de	Innova ITFIP	Scopus	2020	Canizales	Cualitativa	Innovación empresarial, sostenibilidad, responsabilidad social	Investigaciones según rango de 20 años	Se concluyó que los hallazgos de esta revisión documental coinciden	
A41	Pérez C. M. (2018). Business innovation at the service of the micro and small business of Nort Santander: For regional competitiveness. Economica Cúcuta. 40(1),91- 104.	Economia Ceuse	Scopus	2019	Pérez	Cualitativo	innovación empresarial, capacidad de innovación, competitividad regional y mundial.	50 micro y pequeñas empresas	Se concluyó que la capacidad de innovación empresarial implica una administración efectiva del elemento claves del éxito	Se recomendó para las futuras investigaciones realizar estudios longitudinales
A42	Espejel G.A., Illescas M.C., Hernández M. A., Santos M. A. & Ramírez G. A. (2018). The innovation in artisan agro-industry of Chiapas 'crem chesse. Económicas Cúcuta. 39(2),25-38.	Economia Ceuse	Sopus	2018	Espejel	Mixta	Innovación agro industria, alimento tradicional	11 queserías del municipio de PIJUIJAPAN EN CHIAPAS	Se concluyó que la agroindustria artesanal posee características que fortalecen	Se recomendó para futuras investigaciones realizar estudios diferenciado de acuerdo al nivel de desarrollo de las empresas.

ANEXO 5: Rejilla de revisiones sistemática con categorización teórica

Anexo a: Rejilla de revisiones sistemática con categorización teórica

No.	Referencias	Innovación	Mejora de procesos	Benchmarking
A1	Guambi E.D. & Diaz M. G. (2018). La innovación: baluarte fundamental para las organizaciones. INNOVA Research Journal. 3(10) ,212-229.	Es un proceso clave de las empresas, pues permite la creación de ventajas competitivas, gracias a la introducción de productos y servicios nuevos o mejorados al mercado, es una ventaja competitiva difícil de imitar por la competencia, permite hacer de ella una fortaleza que permite alcanzar los objetivos organizacionales (p.213)	El tratar de buscar ideas que para otros pueden no tener valor alguno o sentido es lo que conduce a encontrar respuestas diferentes, pues si los procesos son los mismos que se viene manejando algún tiempo atrás, no puede esperarse resultados diferentes (p.218)	
2	Sulistyó, H., & Ayuni, S. (2020). Competitive advantages of SMEs: The roles of innovation capability, entrepreneurial orientation, and social capital. Contaduría y Administración, 65(1), 1–18.	La capacidad de innovación es la implementación y creación de tecnologías aplicadas a nuevos sistemas, políticas, programas, productos con procesos y servicios para la organización. También se define como la capacidad de absorber y utilizar información externa para transferirla a nuevos conocimientos (p.5)	La innovación implica el proceso de aplicar nuevos conocimientos orientado a la mejora de un producto o servicio (p. 3)	
3	Asturiano M., E. & Ari Z., M. (2018). Innovation as a differentiating factor in the e-marketplace segment. Estrategias & negocios .11 (3), 1-25.	La innovación es una nueva forma de pensar sobre la ejecución de la estrategia de las empresas lo que se traduce en la creación de un nuevo espacio de mercado en la ruptura con la competencia, esta estrategia hace que la empresa busque diferenciarse en el mercado hasta el punto de que la competencia se vuelva irrelevante (p. 5)	La innovación de los procesos se refiere a los cambios en la forma en la que una organización crea y entrega sus productos o servicios (p.10)	El enfoque de la ventaja competitiva se da en los procesos de cambio, innovación y dinámica de la competencia, se basa en el descubrimiento interactivo de nueva información y conocimiento, de manera que se puedan identificar oportunidades, de esta manera se genera una cultura de innovación y se mantiene una ventaja competitiva (p.9)
4	Sanjo, O.M., Akee, A. O. & Alpan, E.E. (2020). Business Innovation and Competitive Advantage in Nigerian Manufacturing Sector. Emerging Markets Journal, 9(2), 36–43.	La innovación es vista como un factor fundamental que estimula la creación de valor y sustenta la competitividad de las empresas en la dinámica actual y entorno complejo. es también una herramienta que los gerentes pueden emplear para crear y mantener la ventaja competitiva (p. 2)	Los competidores han sido vistos como factores críticos que influyen en los procesos de investigación y desarrollo de nuevos y mejoras de productos. Asumir a la competencia como un factor que en vez de atacar ayude a las organizaciones a generar nuevas y mejoradas estrategias que ayuden a superar a la competencia (p.4).	Los competidores han sido vistos como factores críticos que influyen en los procesos de investigación y desarrollo de nuevos y mejoras de productos. Asumir a la competencia como un factor que en vez de atacar ayude a las organizaciones a generar nuevas y mejoradas estrategias que ayuden a superar a la competencia (p.4).
5	Saldarriaga, M. Guzman, M. & Concha(2019). Innovación Empresarial: Factor de competitividad y calidad de vida en Popayan, Colombia. Revista venezolana de gerencia.24(2), 151-166	Desde el punto de vista empresarial se puede considerar a la innovación como la creación o el mejoramiento de los procesos, productos y servicios para ser comercializados, satisfaciendo los gustos y necesidades de los clientes y obteniendo beneficios empresariales (p. 153)	Las empresas gestionan la mejora en los procesos vitales para la actividad comercial, obteniendo procesos más eficientes comparados con la competencia evitando la pérdida de tiempo y dándole mayor comodidad al cliente (p. 159)	La competitividad es otro concepto importante y es visto como un factor primordial dentro de los mercados, brinda la posibilidad de expansión y prosperidad y permite llegar a la competitividad mediante cualidades superiores, unidas a las de cada industria de la estructura del mercado y de los condicionantes generales del entorno en que se desenvuelven las empresas (p. 156)

Anexo b: Rejilla de revisiones sistemática con categorización teórica

No.	Referencias	Categorías		
		Desarrollo de tecnologías	Talento humano	Desarrollo de productos
A1	Guambi E.D. & Díaz M. G. (2018). La innovación: baluarte fundamental para las organizaciones. INNOVA Research Journal. 3(10) .212-229.	Desarrollo de tecnologías	Talento humano	Barreras
		Se refiere a la puesta en práctica de nuevos métodos de organización, estos pueden ser cambios en las prácticas de la empresa, en la que la organización del lugar de trabajo o en las relaciones exteriores de la empresa. Las organizaciones coinciden en la importancia que tiene el liderazgo como herramienta facilitadora del cambio e innovación en la industria. El liderazgo ha sido entendido como la capacidad de influir en el comportamiento de otras personas de manera que se promuevan los esfuerzos individuales y colectivos en pro de la obtención de los objetivos organizacionales. (p.218)	Es buscar la manera de ofrecer algo mejor y diferente, esto implica necesariamente el riesgo y la incertidumbre generado por el afán de producir cosas que los demás no están haciendo, dejando así abierta la posibilidad que el producto entregado al mercado tal vez no tenga la acogida y aceptación con la que se planificó en su fabricación. (p.217)	La innovación por definición supone riesgos e incertidumbre pero siguiendo una serie de principios básicos y de metodología, se puede evitar errores si se establecen estrategias que permitan superar las barreras presentadas a los largo de los diferentes procesos para la creación de un nuevo producto o servicio. Las organizaciones siguen repitiendo los mismos productos y usando los mismos procesos durante años, por temor a implementar cambios que produzcan resultados inciertos o el riesgo que supone la fabricación de un nuevo producto que no cumple con la garantía de cubrir las expectativas, requerimientos y preferencias del consumidor. (p.315)
A2	Sulistyo, H., & Ayuni, S. (2020). Competitive advantages of SMEs: The roles of innovation capability, entrepreneurial orientation, and social capital. Contaduría y Administración, 65(1), 1–18.	Desarrollo de tecnologías	Talento humano	
		La innovación de tecnologías implica el proceso de aplicar nuevos conocimientos tanto en los procesos como en la mejora de los productos. Las redes sociales y las actividades de interacción sólo explican las posibilidades y oportunidades de innovación, como el intercambio de conocimientos es decir brindan los elementos básicos para lograr beneficios en las relaciones entre la empresa y el consumidor. (p-3)	El factor humano se asocia principalmente a las ideas de nuevos puestos de trabajo que pueden provocar algunos cambios en el mercado punto la centra en la innovación del mercado de productos y los riesgos del proyecto y tiene tendencia a ser pionero en innovación y excelencia frente a los competidores (p. 4)	
A3	Asturiano M. E. (2018). Innovation as a differentiating factor in the e-marketplace segment. Estrategias & negocios .11 (3), 1-25.	Desarrollo de tecnologías	Talento humano	
		Actualmente se debe aprovechar los modelos de negocios online basado en la intermediación entre compradores y vendedores que posibilita el marketing a través de las plataformas ya que estos nuevos modos de comercio están ganando mercado y permiten reunir a productores y consumidores en un mismo ecosistema (p. 6)	La innovación organizacional debe cumplir el requisito de romper paradigmas y fomentar cambios en los modelos mentales subyacentes que guían los pasos de una empresa (p. 10)	Una de las barreras para la mayoría de las empresas es poder satisfacer las necesidades específicas de sus clientes y atraer el mayor número de visitantes como Barrera que puede ser manejada si se fomenta el uso de los Marketplace (p. 15)
A4	Sanjo, O.M., Akee, A. O. & Alpan, E.E (2020). Business Innovation and Competitive Advantage in Nigerian Manufacturing Sector. Emerging Markets Journal, 9(2), 36–43.	Desarrollo de tecnologías	Talento humano	
		La innovación surge de la integración de tecnologías ya existentes o recién creadas y su aplicación en un nuevo contexto (p.2)	La innovación puede verse como algo que no se limita a aspectos técnicos y mejoras tecnológicas sino también en la práctica, aplicando los conocimientos que se originan principalmente del capital humano, toda innovación parte del desarrollo de las ideas generadas por los colaboradores de una organización, es por esto que el capital humano es fundamental en todo proceso de innovación (p.2)	Se debe impulsar el desarrollo de productos para aumentar la cartera de clientes, esto ayuda a crear y mantener una ventaja competitiva, toda organización debe crear y entregar productos de valor superior en el mejor precio de mercado percibido por los clientes. Se recomienda a la alta dirección invertir en investigación y desarrollo, ya que esto ayudará a mejorar las ofertas de los productos con el fin de sostener una ventaja competitiva. Las empresas deben centrarse en innovación de productos primero, antes de impulsar cualquier otro tipo de innovación (p.6).

Anexo c: *Rejilla de revisión sistemática con categorización teórica*

No.	Referencias	Innovación	Mejora de procesos	Benchmarking
A6	Anning, D.T. (2018). Innovation and competitive advantage creation. <i>International Marketing Review</i> , 35(4), 580–600.	Los movimientos competitivos intensos y rápidos, requieren que las empresas innoven continuamente para crear nuevas ventajas, lo que permite a las empresas ser flexibles y adaptarse a diferentes condiciones ambientales, se considera también una herramienta importante para la competitividad en el entorno empresarial moderno (p.4)	El término de innovación de procesos implica crear y mejorar el método de producción y la adopción de nuevos elementos para la empresa es decir es la medida en que las empresas modifican los sistemas para mejorar la entrega de valor (p. 5)	
A7	Won, Choi & Shin (2019). A mediating role of innovation capability between entrepreneurial competencies and competitive advantage. <i>Technology Analysis & Strategic Management</i> , 32(1), 1–14.	La capacidad de innovar se refiere a las habilidades y conocimientos necesarios para mejorar y crear nuevos productos (p. 4)	La mejora de procesos está estrechamente ligada a la reducción de costos y diferenciación de los productos que brinda la competencia (p. 8)	
A8	Bernal, M. C., & Rodríguez, D. L. (2019). Information and communication technologies as a factor of innovation and bussiness competitiveness. <i>Scientia et Technica</i> , 24(1), 85–95.	La innovación permite generar y crear valor, es importante que constantemente las empresas piensen en cómo, para qué y de qué forma pueden optimizar sus procesos. La innovación empresarial permite que se realicen diferentes cambios, los cuales pueden ser organizacionales como a productivos o tecnológicos (p.86)	Es importante que constantemente las empresas piensen en cómo, para qué y de qué forma pueden optimizar sus procesos. La innovación empresarial permite que se realicen diferentes cambios, los cuales pueden ser organizacionales como a productivos o tecnológicos (p.86)	La competitividad es un mercado fundamental en las empresas ya que permite mejorar su posición frente al mercado global logrando que tomen buenas decisiones ante las amenazas y riesgos que se puedan presentar (p. 86)
A9	Yepes B., N. (2019). The Human Talent: A Strategic Factor for Innovation and Organizational Transformation. El talento humano: factor estratégico para la innovación y la transformación organizacional. 4(1), 147-163	La mayoría de las empresas desarrollan prácticas innovadoras solo por estar acordes a las tendencias del momento, esto quiere decir que pueden verse afectadas en eficacia a causa de la ausencia de un sistema integrado de gestión que les proporcione apoyo organizacional. Las prácticas innovadoras de gestión humana van vigiladas a una cultura organizacional en que los directivos de la empresa deciden asumir los riesgos, promover la creatividad y dividir las responsabilidades (p.154)	La mejora de procesos está orientado a un análisis exhaustivo de los aspectos internos de la compañía y su entorno, para de esta manera obtener una orientación estratégica y determinar opciones de innovación, cambios en la organización y planes de desarrollo que le permitan a la empresa el logro de sus objetivos (p.153)	

Anexo d: *Rejilla de revisión sistemática con categorización teórica*

No.	Referencias	Desarrollo de tecnologías	Talento humano	Categorías de análisis	Desarrollo de productos	Barreras
A5	Saldarriaga, M. Guzmán. & Concha (2019). Innovación Empresarial: Factor de competitividad y calidad de vida en Popayán, Colombia. Revista venezolana de gerencia.24(2), 151-166	Las nuevas tecnologías deben ser aprovechadas para estandarizar procesos como agilizar la ejecución de tareas, controlar las actividades y evaluar el grado de cumplimiento de los objetivos (p. 160)	Toda empresa innovadora tiene equipos de trabajo comprometidos, con voluntad de empresarial para asumir riesgos y sobre todo trabajo diario, resolviendo problemas, satisfaciendo necesidades siendo creativos, mejorando productos y servicios sin miedo al cambio (p. 155)		Las empresas pueden innovar un importante beneficio central de nuevos productos, dando nueva vida a los productos ya existentes, así como ofertas de servicios completamente nuevos y permite crear y mejorar el método de producción y la adopción de nuevos elementos, el flujo de información y equipos para la empresa (p.45)	
A7	Won, Choi & Shin (2019). A mediating role of innovation capability between entrepreneurial competencies and competitive advantage. Technology Analysis & Strategic Management, 32(1), 1–14.	Implementar la tecnología diferenciada permite mejorar los procesos y brindar productos innovadores que sean difíciles de imitar o reemplazar por la competencia lo que permite mantener una ventaja competitiva en el mercado (p. 8)	Los empresarios que carecen de las habilidades de gestión pueden fallar porque no pueden facilitar el trabajo en equipo, establecer modelos de negocios atractivos e incorporar las necesidades del mercado en sus productos (p. 3) El talento humano es de suma importancia en todo proceso de innovación ya que a medida que las empresas crecen se requieren emprendedores con alta experiencia técnica y alta capacidad de gestión para colocar más énfasis en varios aspectos de gestión con el fin de ampliar los negocios con éxito (p. 11)		La falta de acceso a nuevas informaciones es uno de los factores que perjudican mas a las organizaciones, ya que estas deben estar siempre al tanto de la snuevas tendencias y solicitudes e la demanda, toda organización que realice cambios en base a la demanda o al mercado está destinada al éxito (p.9)	
A8	Bernal, M. C., & Rodríguez, D. L. (2019). Information and communication technologies as a facyor of innovation and bussiness competitiveness. Scientia et Technica, 24(1), 85–95.	La implementación de tecnologías de la información y comunicación se ha convertido en una excelente herramienta que permite las empresas generar un valor agregado a las actividades operacionales buscando ofrecer ventajas empresariales para lograr consolidarse en un mercado global (p. 85)			Para poder realizar la etapa de desarrollo de producto es importante tomar en cuenta la experiencia del usuario ante los productos o servicios que ofrece la empresa, ya que esto permite establecer una relación entre el cliente y la organización de manera emocional (p.92)	
A9	Yepes B., N. (2019). The Human Talent: A Strategic Factor for Innovation and Organizational Transformation. El talento humano: factor estratégico para la innovación y la transformación organizacional. 4(1), 147-163		La innovación enfocada en el talento humano, se enfoca en el desarrollo de las competencias que adquieren los empleados y directivos en la empresa por medio de un aprendizaje continuo que, a su vez, contribuye al crecimiento personal y al de la organización, además fomenta una comunicación asertiva interna y un incremento en la motivación laboral (p. 150)		Las empresas pueden innovar un importante beneficio central de nuevos productos, dando nueva vida a los productos ya existentes, así como ofertas de servicios completamente nuevos (p.45)	

Anexo e: Rejilla de revisión sistemática con categorización teórica

No.	Referencias	Categorías de análisis	
		Innovación	Benchmarking
A10	Ochoa, A. M., Valdés, S.M. & Quevedo, A. Y. (2017). Innovation, technology and technological management. <i>Acimed</i> , 16(4), 1–11.	s se considera a la creación de un nuevo o mejorado producto con el propósito de introducirlo en el mercado (p.2)	La implementación de nuevas tecnologías permite la mejora y optimización de los procesos en las áreas de producción (p.4)
A11	Ismael, G. Y., Goran Y., I. & Mustafá, S (2020). Designing Innovation Strategy in the Context of Competitive Advantage in Telecommunication Industry. <i>Proceedings of the European Conference on Knowledge Management</i> , 352–362. https://doi.org/10.34190/EKM.20.070	La innovación se ocupa de la adquisición de ideas, productos y servicios para el mercado. Con esto la empresa puede explotar sus recursos por completo para aumentar su rendimiento financiero, participación de mercado y posicionarse estratégicamente p.352.	La mejora de procesos se refiere al proceso que se ocupa de la creación y distribución de los productos. El posicionamiento se relaciona con cómo se introducen los productos o servicios en el mercado y los paradigmas tratan con el marco mental subyacente de la organización que se utiliza en la identificación de oportunidades de innovación en la organización p.353.
A12	Hernández & Sánchez 2017	La innovación representa la mejor oportunidad para aumentar la cuota de mercado, reducir costos de producción y por ende incrementar los beneficios, lo que se traduce en mayor competitividad (p.25)	El desarrollo de nuevas tecnologías permite a las organizaciones mejorar los procesos de producción y crear o mejorar los productos que va a ofrecer al mercado, lo que les permitirá una diferenciación de la competencia (p.27)
A14	Sirorath T., Thepparat P., & Wannoo F. (2017). Ensuring competitive advantage through innovation capability and clustering in the thai automotive parts molding industry: a SEM approach. <i>Management and Production Engineering Review</i> , 8(1), 89–100.	Se considera la innovación de procesos un punto importante en el entorno tanto interno como externo ya que permite reducir y acortar el proceso y desarrollo de fabricación de un producto y permite aplicar técnicas de disminución de costo eficaces para poder desarrollarlos (p.91)	Es fundamental que una empresa observe a sus competidores, ya que éstos buscan satisfacer las mismas necesidades y deseos de los mismos clientes. Esto los llevara a tomar un conjunto de decisiones estratégicas que beneficien en la calidad y mejora de los productos p.355

Anexo f: Rejilla de revisión sistemática con categorización teórica

No.	Referencias	Categorías de análisis	
		Desarrollo de tecnologías	Talento humano
A10	Ochoa, A. M., Valdés, S.M. & Quevedo, A. Y. (2017). Innovation, technology and technological management. <i>Acimed</i> , 16(4), 1–11.	Las innovaciones tecnológicas consisten en realizar nuevos procedimientos por medio de los cuales alcanzan fines prácticos haciendo uso de nuevas tecnologías (p.3)	Todo proceso de innovación tiende a ser exitoso si se toma en cuenta los conocimientos y habilidades de la fuerza laboral, así como de los elementos organizativos necesarios para su más eficiente explotación (p.3)
A11	Goran Y., I. & Mustafá, S. (2020). Designing Innovation Strategy in the Context of Competitive Advantage in Telecommunication Industry. Proceedings of the European Conference on Knowledge Management, 352–362.		La innovación organizacional se ocupa de la adopción de una idea o comportamiento que es nuevo para la organización, involucra la transferencia de conocimiento y busca establecer formas novedosas de organizar el trabajo. La innovación organizacional está vinculada a las relaciones humanas p.355
A12	Hernandez & Sánchez 2017	Para perfilarse como una empresa innovadora altamente competitiva es necesario mejorar los niveles de inversión en actividades científico-tecnológicas que incrementen las innovaciones de las empresas (p. 28)	Es necesaria la capacitación a los empleados por qué integra la organización gracias al diseño de planes, estrategias para el crecimiento y la competitividad, considerando a su vez que representa una inversión a corto y largo plazo benéfica para la organización y el colaborador (p. 28)
A14	Siroath T., Thepparat P., & Wannoo F. (2017). Ensuring competitive advantage through innovation capability and clustering in the thai automotive parts molding industry: a SEM approach. <i>Management and Production Engineering Review</i> , 8(1), 89–100.	La innovación tecnológica está estrechamente ligada con el proceso de flujo de información y colaboración con ayuda a la estimulación y creación de nuevos procesos productos y mercados. Los emprendedores desempeñan un papel importante en la innovación tecnológica ya que a menudo tienen la capacidad de traducir su visión y conocimiento en oportunidades comerciales lo que a menudo conduce a la innovación de productos (p.92)	La innovación de productos es la más visible utiliza en gran medida la tecnología y el marketing se refiere a la creación de productos nuevos o mejorados, así como en el servicio a mercados nuevos o existentes se traduce en mayores ingresos para la empresa, implica procesos como la planificación, la política, la investigación y el desarrollo de productos para obtener una ventaja competitiva esta innovación utiliza estrategias de costo, enfoque y diferenciación p.217.
			La incapacidad para desarrollar nuevos productos es lo que conduce a la eventual desaparición de una organización como creando así una ventaja competitiva teniendo como punto determinante el desarrollo de nuevos productos (p.91)

Anexo g: *Rejilla de revisión sistemática con categorización teórica*

No.	Referencias	Categorías de análisis		
		Innovación	Mejora de procesos	Desarrollo de tecnologías
A15	Berenguer, V. R., & Gois O. R. (2018). Determinantes Da Inovação Em Micro E Pequenas Empresas: Uma Abordagem Gerencial. RAE: Revista de Administração de Empresas, 58(4), 349–364. https://doi.org/10.1590/S0034-759020180402	La innovación representa la búsqueda de la novedad que permite a las organizaciones aumentar su competitividad y enfrentar a la competencia. La capacidad de innovar es vista como un elemento importante para el desempeño de las organizaciones y el sector económico ya que permite que el mercado salga del estado estacionario (p.350)	Las tecnologías de la información es un factor impulsor de la innovación y cambio organizacional, de integración de los procesos internos y externos de las pymes y en su uso como fuente de ventaja competitiva (p.350)	La innovación tecnológica permite encontrar la capacidad de aplicar el conocimiento para transformar recursos en productos a través de rutinas es decir desarrollo tecnológico y capacidades operativas (p.350)
A16	Benavides, L. E., & Bolaños, S. L. (2020). Barreras De Innovación en Pymes: Una Aproximación a Través De Una Revisión Sistemática De Literatura. Tendencias: Revista de La Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, 21(1), 221–237.		La innovación de procesos se refiere hacer algo nuevo dentro de este proceso se encuentra la innovación como imitación, como invención, como descubrimiento (p.226)	
A17	Seclen L. J., & López, V. H (2020). Influencia del uso de herramientas en la gestión de la fase temprana del proceso de innovación de productos. Innovar: Revista de Ciencias Administrativas y Sociales, 30(76), 119–130.	La innovación también puede ser entendida como un producto final o como un proceso que posibilita combinar las capacidades técnicas, financieras, productivas, organizativas y comerciales para crear o mejorar un producto (p.120)		El uso de herramientas en la fase temprana del proceso de innovación tiene una influencia positiva sobre la innovación de un producto las herramientas que son más utilizadas por las empresas en la fase de generación de ideas tiene una relación positiva y directa sobre la innovación de productos (p.128)
A19	Nanath, K., & Pillai, R. R. (2017). The Influence of Green IS Practices on Competitive Advantage: Mediation Role of Green Innovation Performance. Information Systems Management, 1, 3.	La innovación juega un papel importante en la mejora de la productividad de una empresa ya que los pioneros en innovación pueden tomar la ventaja de ser los primeros en moverse y desarrollar nuevos mercados que conduzcan a un desempeño superior de la empresa y por ende mantener una ventaja competitiva (p.3)	Se considera un factor que contribuye a impulsar el desempeño de las prácticas de gestión en una organización como la contabilidad de los costos, la evaluación de los ciclos de vida de los productos, así como la auditoría y el cumplimiento (p.4)	El desarrollo de tecnologías beneficia ya que le eficiencia informática permite costos reducidos y un rendimiento superior del sistema en el desempeño de la innovación en una organización (p.5)
A20	Montejano G, S., Campos G, R. M., & García R, R. (2017). Ventajas competitivas en empresas manufactureras, resultado de los sistemas de producción y la innovación. Small Business International Review, 1(1), 53–70.	La innovación se encuentra en evolución constante por lo tanto nunca se dejará de utilizar, aunque sea con enfoques y formas de trabajo diferentes, pero como su objetivo fundamental, es impactar directamente a la sociedad luego de haber apoyado a la organización (p.57)	Los sistemas de producción han evolucionado y experimentado cambios vertiginosos que se reflejan claramente la automatización el control administrativo y la confiabilidad de los procesos de producción, el proceso de producción inicia con la identificación de los requerimientos del cliente y termina con su satisfacción (p.58)	El desarrollo de nuevos productos se relaciona fuertemente con las ventajas competitivas ya sea por medio de la inteligencia artificial como fuente de desarrollo de nuevos productos, para la mejora de los procesos o por la gestión del conocimiento (p.58)

Anexo h: Rejilla de revisión sistemática con categorización teórica

No.	Referencias	Innovación	Mejora de procesos	Benchmarking
A21	<p>MARÍN I. D., & CUARTAS M. J. (2019). Relación Entre La Innovación Y El Desempeño: Impacto De La Intensidad Competitiva Y El Slack Organizacional. RAE: Revista de Administración de Empresas, 59(2), 95–107. https://doi.org/10.1590/S0034-759020190203</p>	<p>La innovación es una actividad organizacional considerada el eje y punto de estrategia, es un elemento crucial de durabilidad y una fuente de ventaja competitiva. Se define también como el desarrollo e implementación de nuevas ideas por personas que, con el tiempo, participan en transacciones dentro del orden institucional (p. 3)</p>	<p>La intensidad competitiva se refiere al grado de competencia a la que se enfrenta una empresa en el mercado en el que opera. Esto quiere decir que los clientes tienen más alternativas para satisfacer sus necesidades, cuando la competencia se intensifica las empresas experimentan fuertes presiones hacia la rentabilidad y reducción de precios lo que resulta en márgenes de beneficio más estrechos tanto es por esto que el compararse con empresas de características similares o mejores permite mejorar continuamente los productos servicios y procesos brindando estrategias que permitan hacer frente a la competencia y generar una ventaja competitiva (p. 3)</p>	
A22	<p>Wahyono. (2019). The mediating effects of product innovation in relation between knowledge management and competitive advantage. <i>Journal of Management Development</i>, 39(1), 18-30.</p>	<p>La innovación es importante dentro de las organizaciones que deseen subsistir en el mercado y mantener una ventaja competitiva sobre sus competidores (p. 17)</p>	<p>La gestión es un proceso integrado con la creación difusión y utilidad de conocimientos para lograr los objetivos de la empresa, las empresas deben considerar la gestión del conocimiento al igual que la implementación de nuevos procesos, ya que estos procesos se dan o se pueden llevar a cabo gracias al personal de las organizaciones (p.2)</p>	
A23	<p>Pizzi, A., & Ahedo, M. (2019). La «innovación escondida» de las pymes industriales en el capitalismo español. Gestión, estrategias y repertorios de prácticas innovadoras en pymes manufactureras catalanas. (Spanish). <i>Papers: Revista de Sociologia</i>, 104(4), 687–717.</p>	<p>Toda empresa debe innovar para permanecer en el mercado, si lo que busca es tener una base firme entonces debe investigar a largo plazo ya que hay saltos tecnológicos que se van dando en el mundo y deben estar en estos saltos (p. 697)</p>	<p>Las innovaciones en los procesos se entienden como el resultado de las precisiones de los clientes o del mercado. Es decir, las empresas están obligadas a ser innovadoras en procesos para reducir los costos y poder competir en precio (p. 698)</p>	<p>Las articulaciones sistemáticas interempresariales dentro del sector permiten la cooperación entre empresas realizando un intercambio de estrategias y procesos lo que permite aprender de la competencia (p. 707)</p>
A24	<p>Vega M. J., Martínez S.M., Parga M.N., & Bautista S.M. (2020). Marketing interno y Tecnologías de información: hacia la competitividad de los agricultores mexicanos. <i>Revista Venezolana de Gerencia</i>, 25(92), 1684–1703.</p>	<p>La innovación es la capacidad de una empresa para poder generar o crear nuevos o mejorados productos con el fin de responder a la competitividad y generar valor en los diferentes actores que participan en ella buscando a hacerlo mejor que sus competidores (p.1685)</p>	<p>Las tecnologías de la información es un factor impulsor de la innovación y cambio organizacional, de integración de los procesos internos y externos de las pymes y en su uso como fuente de ventaja competitiva (p.1689)</p>	
A25	<p>González, C. R., & Fernandez, I. D. (2020). Innovation Capabilities: Analysis for the Biotech Industry in Cuba/Capacidades De Innovación: Análisis Para La Industria Biotecnologica en Cuba. <i>International Journal of Cuban Studies</i>, 12(1), 22- 97.</p>	<p>La innovación tiene dos grandes acepciones: como proceso y como resultado del mismo. La innovación no es lineal sino más bien es un enfoque abierto, lo cual aumenta las posibilidades de obtener conocimientos con un menor costo (p.100)</p>	<p>Los cambios en las tendencias de los gustos y requerimientos de los mercados obligan a introducir modificaciones a los productos y servicios, así como en los procesos métodos de organización y comercialización existente (p.101)</p>	

Anexo i: *Rejilla de revisión sistemática con categorización teórica*

No.	Referencias	Innovación	Mejora de procesos	Benchmarking
A21	<p>MARÍN I. D., & CUARTAS M. J. (2019). Relación Entre La Innovación Y El Desempeño: Impacto De La Intensidad Competitiva Y El Slack Organizacional. RAE: Revista de Administración de Empresas, 59(2), 95–107. https://doi.org/10.1590/S0034-759020190203</p>	<p>La innovación es una actividad organizacional considerada el eje y punto de estrategia, es un elemento crucial de durabilidad y una fuente de ventaja competitiva. Se define también como el desarrollo e implementación de nuevas ideas por personas que, con el tiempo, participan en transacciones dentro del orden institucional (p. 3)</p>	<p>La intensidad competitiva se refiere al grado de competencia a la que se enfrenta una empresa en el mercado en el que opera. Esto quiere decir que los clientes tienen más alternativas para satisfacer sus necesidades, cuando la competencia se intensifica las empresas experimentan fuertes presiones hacia la rentabilidad y reducción de precios lo que resulta en márgenes de beneficio más estrechos tanto es por esto que el compararse con empresas de características similares o mejores permite mejorar continuamente los productos servicios y procesos brindando estrategias que permitan hacer frente a la competencia y generar una ventaja competitiva (p. 3)</p>	
A22	<p>Wahyono. (2019). The mediating effects of product innovation in relation between knowledge management and competitive advantage. <i>Journal of Management Development</i>, 39(1), 18-30.</p>	<p>La innovación es importante dentro de las organizaciones que desean subsistir en le mercado y mantener una ventaja competitiva sobre sus competidores (p. 17)</p>	<p>La gestión es un proceso integrado con la creación difusión y utilidad de conocimientos para lograr los objetivos de la empresa, las empresas deben considerar la gestión del conocimiento al igual que la implementación de nuevos procesos, ya que estos procesos se dan o se pueden llevar a cabo gracias al personal de las organizaciones (p.2)</p>	<p>Las articulaciones sistemáticas interempresariales dentro del sector permiten la cooperación entre empresas realizando un intercambio de estrategias y procesos lo que permite aprender de la competencia (p. 707)</p>
A23	<p>Pizzi, A., & Ahedo, M. (2019). La «innovación escondida» de las pymes industriales en el capitalismo español. Gestión, estrategias y repertorios de prácticas innovadoras en pymes manufactureras catalanas. (Spanish). <i>Papers: Revista de Sociologia</i>, 104(4), 687–717.</p>	<p>Toda empresa debe innovar para permanecer en el mercado, si lo que busca es tener una base firme entonces debe investigar a largo plazo ya que hay saltos tecnológicos que se van dando en el mundo y deben estar en estos saltos (p. 697)</p>	<p>Las innovaciones en los procesos se entienden como el resultado de las precisiones de los clientes o del mercado. Es decir, las empresas están obligadas a ser innovadoras en procesos para reducir los costos y poder competir en precio (p. 698)</p>	<p>Las articulaciones sistemáticas interempresariales dentro del sector permiten la cooperación entre empresas realizando un intercambio de estrategias y procesos lo que permite aprender de la competencia (p. 707)</p>
A24	<p>Vega M. J., Martínez S.M., Parga M.N., & Bautista S.M. (2020). Marketing interno y Tecnologías de información: hacia la competitividad de los agronegocios mexicanos. <i>Revista Venezolana de Gerencia</i>, 25(92), 1684–1703.</p>	<p>La innovación es la capacidad de una empresa para poder generar o crear nuevos o mejorados productos con el fin de responder a la competitividad y generar valor en los diferentes actores que participan en ella buscando a hacerlo mejor que sus competidores (p. 1685)</p>	<p>Las tecnologías de la información es un factor impulsor de la innovación y cambio organizacional, de integración de los procesos internos y externos de las pymes y en su uso como fuente de ventaja competitiva (p. 1689)</p>	<p>Los cambios en las tendencias de los gustos y requerimientos de los mercados obligan a introducir modificaciones a los productos y servicios, así como en los procesos métodos de organización y comercialización existente (p.101)</p>
A25	<p>González, C. R., & Fernández, I. D. (2020). Innovation Capabilities: Analysis for the Biotech Industry in Cuba/Capacidades De Innovación: Análisis Para La Industria Biotecnológica en Cuba. <i>International Journal of Cuban Studies</i>, 12(1), 22- 97.</p>	<p>La innovación tiene dos grandes acepciones: como proceso y como resultado del mismo. La innovación no es lineal sino más bien es un enfoque abierto, lo cual aumenta las posibilidades de obtener conocimientos con un menor costo (p. 100)</p>	<p>Los cambios en las tendencias de los gustos y requerimientos de los mercados obligan a introducir modificaciones a los productos y servicios, así como en los procesos métodos de organización y comercialización existente (p.101)</p>	<p>Los cambios en las tendencias de los gustos y requerimientos de los mercados obligan a introducir modificaciones a los productos y servicios, así como en los procesos métodos de organización y comercialización existente (p.101)</p>

Anexo j: *Rejilla de revisión sistemática con categorización teórica*

No.	Referencias	Categorías de análisis			
		Desarrollo de tecnologías	Talento humano	Desarrollo de productos	
A21	MARÍN I. D., & CUARTAS M. J. (2019). Relación Entre La Innovación Y El Desempeño: Impacto De La Intensidad Competitiva Y El Slack Organizacional. RAE: Revista de Administração de Empresas, 59(2), 95–107. https://doi.org/10.1590/S0034-759020190203	La innovación tecnológica corresponde a la innovación de procesos o productos está asociado a la actividad principal de la organización, haciéndolo más tangible. Permite mejorar los productos o servicios a través de innovaciones y herramientas tecnológicas (p. 3)	Medir el desempeño organizacional permite alcanzar la eficacia organizacional que a su vez se define como la perfecta relación entre eficacia y eficiencia, lo que permite a las empresas alcanzar los objetivos propuestos y fomentar la cultura innovadora dentro de la organización (p. 4)	Barreras	
A22	Wahyono. (2019). The mediating effects of product innovation in relation between knowledge management and competitive advantage. Journal of Management Development, 39(1), 18-30.		La gestión del conocimiento influye la innovación de productos como también tiene tanto directo y relaciones indirectas con la ventaja competitiva (p. 19)		
A23	Pizzi, A., & Ahedo, M. (2019). La «innovación escondida» de las pymes industriales en el capitalismo español. Gestión, estrategias y repertorios de prácticas innovadoras en pymes manufactureras catalanas. (Spanish). Papers: Revista de Sociología, 104(4), 687–717.	Las empresas logran ser innovadoras si logran conectar los conocimientos con los productos tecnológicos y bienes de capital adquiridos en el mercado esto requiere capacidad de absorción por parte de las organizaciones permite aumentar la productividad del trabajo y reducir costos (p.698)	El talento humano dentro de una organización es importante ya que de aquí parten las ideas innovadoras, permite un proceso reflexivo y dialógico, basado en dinámicas de abajo-arriba no lineales, informales y multidireccionales de aprendizaje y de flujos de información esto promueve las prácticas innovadoras dentro de toda empresa (p. 702)	Sobre la innovación de productos encontramos dos variantes la primera, se consideran la innovación como adaptación creativa a la demanda específica del cliente punto por otra parte la innovación como desarrollo o concepto propio permite diversificar los productos y servicios (p. 697)	Una barrera para la innovación en muchas empresas es la poca práctica de fidelización en las estrategias de innovación de productos específicos o bienes intermedios para grandes empresas (p.710)
A24	Vega M. J., Martínez S.M., Parga M.N., & Bautista S.M. (2020). Marketing interno y Tecnologías de información: hacia la competitividad de los agronegocios mexicanos. Revista Venezolana de Gerencia, 25(92), 1684–1703.	Tan importante como el factor organización es la relación entre las tecnologías de la información y el aumento del desempeño de la organización ya que implementar una estructura organizacional en base a las tecnologías de la información va a permitir la reducción de costos y podrán lograr lo adquiriendo equipos que efficiencen la producción y también con estrategias de comercialización mucho más acertadas (p.1686)	Se determinaron diversos factores que contribuyen a la competitividad de una organización dentro de estos factores se encuentra como factor principal el socio cultural que incluye aspectos como la actitud de los empleados, la capacidad de gestión y las capacidades directivas que impulsan el logro de los objetivos organizacionales (p.1685)	Todo proceso de innovación debe estar orientado a poder crear nuevos o mejorados productos con el fin de satisfacer las necesidades de los clientes (p.1689)	
A25	González, C. R., & Fernandez, I. D. (2020). Innovation Capabilities: Analysis for the Biotech Industry in Cuba/Capacidades De Innovación: Analisis Para La Industria Biotecnologica en Cuba. International Journal of Cuban Studies, 12(1), 22-97.		Las innovaciones organizacionales favorecen la eficiencia operacional y la mejora del desempeño, facilita el uso eficiente de las nuevas tecnologías y contribuyen a la reducción de costos (p.110)	Los cambios en las tendencias de los gustos y requerimientos de los mercados obligan a introducir modificaciones a los productos y servicios, así como en los procesos métodos de organización y comercialización existente (p.101)	

Anexo k: *Rejilla de revisión sistemática con categorización teórica*

No.	Referencias	Innovación	Mejora de procesos	Benchmarking
A26	Cruz-C.E., Velázquez-C.J., & Pérez H. C. (2020). The overembeddedness impact on innovation: the small tourism ventures of the Comarca Minera, Hidalgo, México. OBETS: Revista de Ciencias Sociales, 15(2), 437–470.	La innovación es una piedra angular para garantizar la permanencia de las organizaciones en el mercado ayuda a introducir a mejorar un producto un proceso captar un segmento de mercado y llevar a cabo nuevas formas organizativas (p.440)		
AA27	Maziti L., Chinyamurindi W., Marango C. (2018). La relación entre liderazgo estratégico, rendimiento de innovación y competitiva ventaja entre una muestra de pequeños negocios en Sudáfrica. <i>Revista de gestión contemporánea Acreditado por DHET.</i> 15(1). 368-394.	La innovación se define como un proceso mental que conduce a la creación de un nuevo fenómeno, a menudo resulta en el uso de la tecnología (p. 6)		
A29	Acuna O. C., & Castillo V. M. (2018). Barriers to non-technological innovation: Impact on business performance in an emerging economy. <i>Contaduría y Administración</i> , 63(3), 1–23.	La innovación juega un papel fundamental en el crecimiento económico para que esto se pueda dar el papel que desempeñan las empresas como motores de desarrollo económico es esencial, la innovación es uno de los principales factores que determinan la competitividad de las empresas en las economías desarrolladas del sector empresarial es un catalizador de la innovación (p. 2)	La innovación de procesos se define como la mejora de los procesos de tecnologías de producción requerida para producir un producto (p.3)	
A30	Mukarto S., Gatot W., Ari W. & Wiwi H. (2020). Competitive Advantage of Environmental Management and Green Innovation. <i>ecológica. Utopia y Praxis Latinoamericana</i> , 25(10), 12-533.		El benchmarking es un proceso continuo de investigación, análisis y comparación de la organización con los competidores directos y líderes del mercado en el que cada empresa se desenvuelve (p-535),	
A31	Vélez B. O., Beltrán, R.J., López G.J. & Arias V.F. (2019). Asociatividad empresarial y liderazgo ambidiestro como generadores de innovación. <i>Revista de Ciencias Sociales.</i> 25(2).51-72.	La innovación es definida como la implementación de un proceso, estructura organizacional, producto, modelo de negocio o servicio nuevo o mejorado se entiende que el desarrollo de la economía es movido por la innovación de las organizaciones al cambiar las tecnologías viejas por nuevas, donde las innovaciones incrementales permiten el proceso continuo de cambio y las innovaciones radicales (p.53)	Procesos de innovación cambian los procesos de innovación cambian según el sector en cuanto al acceso de tecnologías y conocimientos, estructuras organizacionales e institucionalidad (p.62)	La asociatividad empresarial es un mecanismo por el cual las organizaciones unen voluntades con más recursos e iniciativas en busca de objetivos comunes, con el fin de ser más competitivas en el mercado globalizado, lo que posibilita acceso a insumos estratégicos por medio de productos diferenciados (p.53)
A32	Jayani R. R. & Hui Y. (2018). Relationship between innovation capability, innovation type, and firm performance. <i>Journal of Innovation & Knowledge</i> , 3(1), 44–55.	La innovación considera dos factores que son la introducción de un producto o servicio completamente nuevo para la empresa o las personas y la reconfiguración o mejora de los servicios o productos ya existentes ya sea de forma radical o incremental (p. 45)	La innovación de procesos es la implementación de métodos de producción o entrega de nuevos o significativamente mejorado. Se pueden considerar cambios en las herramientas el capital humano y los métodos de trabajo o una combinación de estos como la instalación de software nuevo o mejorado para acelerar el proceso de producción (p.46)	

Anexo I: *Rejilla de revisión sistemática con categorización teórica*

No.	Referencias	Categorías de análisis		
		Desarrollo de tecnologías	Talento humano	Desarrollo de productos
A26	Cruz-C.E., Velázquez-C.J., & Pérez H. C. (2020). The overembeddedness impact on innovation: the small tourism ventures of the Comarca Minera, Hidalgo, México. OBETS: Revista de Ciencias Sociales, 15(2), 437–470.	El dominio de una postura económica en la actividad ha otorgado un papel importante a la innovación tecnológica, sobre todo, para la producción de servicios y productos apegados a los estándares de calidad exigidos por las tendencias globales en la actividad (p.442)	La innovación es un proceso colectivo en el cual se debe tomar en cuenta la colaboración entre los factores socioeconómicos que adquieren un rol protagónico debido a que presentan la oportunidad de acceder fácilmente a nuevos conocimientos y capacidades que pueden dar origen a innovaciones (p. 444)	Una de las barreras para un proceso de innovación son las limitaciones que tienen las organizaciones en el acceso a los recursos, así como las altas expectativas en la estructura social los conflictos interpersonales y los limitantes asociados a la identidad (p.452)
A27	Maziti L., Chinyamurindi W., Marango C. (2018). La relación entre liderazgo estratégico, rendimiento de innovación y competitiva ventaja entre una muestra de pequeños negocios en Sudáfrica. <i>Revista de gestión contemporánea Acreditado por DHET.</i> 15(1), 368-394.	Un determinante clave para poder obtener una ventaja competitiva es la capacidad que tienen las organizaciones para desarrollar productos y sobre todo su flexibilidad para adoptar nuevas tecnologías (p.7)	El liderazgo estratégico permite fomentar un espíritu de cooperación entre los empleados y fomentar el pensamiento sistemático en toda la empresa. Los líderes juegan un papel importante en el cambio exitoso, la implementación de estrategias de gestión de las entidades que lideran lo que puede significar la diferencia entre el éxito y el fracaso (p.5)	La búsqueda de una ventaja competitiva a menudo resulta en la innovación a través de la producción de nuevos bienes y servicios que satisfagan las necesidades del cliente (p.7)
A29	Acuna O. C., & Castillo V. M. (2018). Barriers to non-technological innovation: Impact on business performance in an emerging economy. <i>Contaduría y Administración</i> , 63(3), 1–23.	El uso de tecnologías de información y comunicación influyen el crecimiento de las economías y la eficiencia de las empresas y facilita la innovación a través de procesos de difusión, las prácticas de uso y el éxito comercial (p.4)	La innovación de organización se define como la aplicación de un nuevo método organizativo en las prácticas comerciales de la empresa, en la organización del lugar de trabajo o las relaciones exteriores (p.3)	Las barreras más frecuentes a la innovación son los factores de costo, de mercado y de conocimientos o personal calificado hay otros factores menos importantes como los recursos financieros económicos y tecnológicos (p.5)
A30	Mukarto S., Gatot W., Ari W. & Wiwi H. (2020). Competitive Advantage of Environmental Management and Green Innovation. <i>ecológica. Utopia y Praxis Latinoamericana</i> , 25(10), 12- 533.1			
A31	Vélez B. O., Beltrán, R.J., López G.J. & Arias V.F. (2019). Asociatividad empresarial y liderazgo ambidestino como generadores de innovación. <i>Revista de Ciencias Sociales.</i> 25(2).51-72.		El talento humano dentro de todo proceso de innovación es muy importante ya que el líder desarrolla la habilidad de observar la destreza diferencial de cada individuo, esa multiplicidad de los individuos es lo que hace magnánimo y fuerte al equipo. Dadas estas características algunos investigadores han encontrado que los estilos de liderazgo conllevan a la innovación (p.58)	Una de las barreras más recurrentes en todo proceso de innovación es el miedo al cambio ya que el sacar a un empleado de su zona de confort y asignarle distintos objetivos a los ya establecidos fomenta inseguridad en los colaboradores lo que no permite un correcto desenvolvimiento en sus actividades (p.59)

Anexo m: *Rejilla de revisión sistemática con categorización teórica*

No.	Referencias	Categorías de análisis
		Innovación
A34	Álvarez A. E. (2018) Determining factors of innovation in the competitiveness of the automotive autopart industry in México. Revista de Economía. 35(90), 125-153	La innovación existe cuando hay lanzamientos comerciales, una introducción al mercado y se logra el éxito mercadológico como tiene como finalidad producir riqueza, valor económico, lograr mayores beneficios como tener un negocio diferente cómo lograr crecimientos, mejorar la competitividad y fortalecer las relaciones externas (p.128)
A36	Silva G. H. (2017). La innovación y la educación: variable clave para la competitividad de las empresas. Cifo América. 11(21), 88-107	La innovación es necesaria para mejorar la competitividad, permite a las empresas ofrecer productos o servicios únicos reduciendo así su competencia e incluso eliminando la con sus propuestas diferenciadoras, satisfaciendo a los consumidores que siempre buscan ideas innovadoras en los productos (p. 92)
A37	Rachinger M., Rachinger R. Müller C., Vorraber W. & Schirgi E.(2019).La digitalización y su influencia en la innovación del modelo de negocio. Revista de fabricación Gestión de la tecnología.30(8), 1143-1160.	La innovación de procesos supone un cambio o mejora a la idea original, está orientado a los cambios estratégicos, en los procesos de producción y en las decisiones que tome la empresa (p.93)
A39	Fagerlin W.P. & Wang Y. (2020)Altos directivos ' comunicación esfuerzos como respuesta a las tensiones en innovación de producto: una vista basada en la atención. Baltic Journal of Management.1(1), 1-29.	La evaluación comparativa es un método de gestión empresarial que busca encontrar las mejores prácticas dentro o fuera de la empresa a través de la comparación de técnicas, procesos y servicios de otras organizaciones con el fin de aumentar la eficiencia y competitividad en el mercado (p. 1147)
		Mejora de procesos

Anexo n: Rejilla de revisión sistemática con categorización teórica

No.	Referencias	Desarrollo de tecnologías	Talento humano	Categorías de análisis	Desarrollo de productos	Barreras
A32	Jayani R. R. & Hui Y. (2018). Relationship between innovation capability, innovation type, and firm performance. <i>Journal of Innovation & Knowledge</i> , 3(1), 44–55. https://doi.org/10.1016/j.jik.2017.06.002		La innovación organizacional es la implementación de un nuevo método organizacional en la práctica comercial como la organización y las relaciones externas de la empresa este tipo de innovación busca mejorar la satisfacción en el lugar de trabajo (p.46)	La innovación de productos o servicio se refiere a introducir un nuevo producto o servicio con un rendimiento significativamente mejorado o características tales como especificación técnica, software incorporado para satisfacer las necesidades claves del cliente mejor que el producto ya existente punto la innovación de productos permite a las empresas expandirse a nuevos mercados e industrias y aprovechar las oportunidades para obtener un beneficio económico (p. 46)		
A34	Álvarez A. E. (2018) Determining factors of innovation in the competitiveness of the automotive autopart industry in México. <i>Revista de Economía</i> . 35(90),125-153	Uno de los mayores recursos en toda organización es su conocimiento tecnológico, así como la capacidad para generar ideas e innovaciones que permitan mantener la ventaja competitiva ante el resto (p.132)	La relación entre los recursos humanos y la innovación es de Gran importancia ya que la innovación en las empresas depende cada vez más de la integración de conocimientos tanto internos como externos, por tal motivo para que las empresas tengan éxito en sus procesos y sistemas innovadores no sólo andes deben saber explotar bien sus recursos internos, sino que también deben ser capaces de explorar y asimilar conocimientos que no se hayan desarrollado internamente en las organizaciones (p. 131)			
A36	Silva G. H. (2017). La innovación y la educación: variable clave para la competitividad de las empresas. <i>Cífo América</i> .11(21),88-107		El conocimiento es una ventaja competitiva significativa. Existe una correspondencia directa entre los conocimientos y la productividad, es por ello que el capital humano es primordial, no sólo para que las compañías progresen, sino también para el desarrollo de los países (p.94)	Es necesario ofrecer productos nuevos, con modificaciones que atraigan nuevos compradores, las empresas no deben dedicarse a hacer copias y tampoco puede depender de dos o tres productos, se debe buscar otras alternativas e incrementar las innovaciones no tradicionales (p. 101)		Una barrera para la innovación es la ausencia o falta de financiamiento de las empresas lo que no permite realizar la etapa de investigación y desarrollo (p. 101)
A37	Rachinger R. Müller C., Vorraber W. & Schirgi E. (2019).La digitalización y su influencia en la innovación del modelo de negocio. <i>Revista de fabricación Gestión de la tecnología</i> .30(8),1143-1160.	La digitalización y coma posteriormente, la transformación digital son motores de cambios en el mundo empresarial, porque establecen nuevas tecnologías basadas en internet con implicaciones para la sociedad en su conjunto (p. 1145)				
A39	Fagerlin W.P. & Wang Y.(2020)Altos directivos ' comunicación esfuerzos como respuesta a las tensiones en innovación de producto: una vista basada en la atención. <i>Baltic Journal of Management</i> .1(1),1-29.		La innovación de productos está plagada de diversas tensiones que residen independientemente de los factores humanos estas tensiones pueden existir entre el desarrollo y el refinamiento de productos, el diseño de productos y el control de costos, o el consumo de recursos y los límites de recursos (p.2)			

Anexo ñ: *Rejilla de revisión sistemática con categorización teórica*

No.	Referencias	Categorías de análisis		
		Innovación	Mejora de procesos	Benchmarking
A40	Canizales M.L. (2020).key elements of the business innovation. a review from contemporary trends. Revista Innova ITFIP, 6(1), 50-69.	La innovación es una opción diferenciadora para las organizaciones a la hora de sobresalir y sobrevivir en los mercados, debe ser constante y fluido si lo que se quiere es mantener una ventaja competitiva (p. 51)	La innovación en los procesos está estrechamente ligados al uso de las tecnologías siempre y cuando se utilice como una herramienta valiosa que apoye pero que no haga desaparecer los puestos laborales, ya que cuando esto sucede se debe preguntar si la innovación es en realidad beneficiosa para los trabajadores (p. 52)	Desarrollo de tecnologías Al hablar de innovación, la tecnología definitivamente es un factor diferenciador y marca la pauta entre las organizaciones exitosas y aquellas que están rezagadas, las innovaciones tecnológicas han sido señaladas como determinantes de la competitividad de las grandes empresas (p. 55)
A41	Pérez C. M. (2018). Business innovation at the service of the micro and small business of North Santander: For regional competitiveness. Economica Cúcuta. 40(1),91- 104.	La innovación empresarial es una herramienta de gestión empresarial fundamental en el contexto de competitividad vigente, cuyo reconocimiento, gestión y aplicación por parte de los empresarios permita aumentar las capacidades empresariales de competitividad, esencialmente en micro y pequeñas empresas cuyo modelo de gestión dependen de la planeación cortoplacista, para atender las necesidades individuales de autoempleo e informalidad (p.101)	La reducción de costos depende de una innovación de procesos exitoso dentro de una organización permite a las empresas lograr ganancias de productividad y un modelo de interacción y generación de valor para optimizar recursos y aumentar la rentabilidad (p.95)	Para que un proceso de innovación sea exitoso deben existir sistemas de información actualizados lo cual permite la comunicación empresarial para facilitar la toma de decisiones (p.99)
A42	Espejel G.A., Illescas M.C., Hernández M. A., Santos M. A. &Ramírez G. A. (2018). The innovation in artisan agro-industry of Chiapas' cream cheese. Economias Cúcuta. 39(2),25-38.	La innovación implica cambios basados en conocimientos específicos que agregan valor en diferentes aspectos de la cadena, producción como organización como proceso como producto y mercado, que no involucran grandes inversiones para su introducción, sino una estrategia para su desarrollo y continuidad (p.26)	Toda organización debe indagar acerca de las redes asociadas con la empresa, su tipo de intercambio con el medio, las normas que rigen las interrelaciones entre agentes formalmente independientes, etcétera punto las relaciones con vínculos y complementariedades establecidos por una empresa con otros agentes pueden adoptar formas a manera de vínculos usuario productor clúster distritos industrias relaciones de subcontrataciones alianzas tecnológicas estratégicas etcétera (p.96)	

No.	Referencias	Categorías de análisis	
		Talento humano	Desarrollo de productos
A40	<p>Canizales M.L. (2020). key elements of the business innovation. a review from contemporary trends. Revista Innova ITFIP, 6(1), 50-69.</p>	<p>Al hablar de innovación, la tecnología definitivamente es un factor diferenciador y marca la pauta entre las organizaciones exitosas y aquellas que están rezagadas, las innovaciones tecnológicas han sido señaladas como determinantes de la competitividad de las grandes empresas (p. 55)</p>	<p>El logro de los objetivos sólo es posible si se cuenta con talento humano calificado y entrenado con capacidades y habilidades desarrolladas, logrando conducir procesos de desarrollo en sus propias comunidades a esto se le llama liderazgo, el talento humano es muy importante en todo proceso de innovación ya que movilizan sus conocimientos para crear o mejorar productos (p.52)</p>
A41	<p>Pérez C. M. (2018). Business innovation at the service of the micro and small business of Nort Santander: For regional competitiveness. Economica Cúcuta. 40(1),91- 104.</p>	<p>Para que un proceso de innovación sea exitoso deben existir sistemas de información actualizados lo cual permite la comunicación empresarial para facilitar la toma de decisiones (p.99)</p>	<p>El liderazgo innovador se fortalece con conocimiento, experiencia, cambios con más riesgos y para generar un valor diferenciador, relacionamiento con el entorno los bienes o servicios ofertados (p.94)</p> <p>El aumento de la demanda es el resultado de un proceso de innovación en producto y mercadeo exitoso. (p.95)</p>
A42	<p>Espejel G.A., Illescas M.C., Hernández M. A., Santos M. A. &Ramírez G. A. (2018). The innovation in artisan agro-industry of Chiapas ´crem chesse. Economias Cúcuta. 39(2),25-38.</p>		



ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Declaratoria de Originalidad de los Autores

Nosotros, ROSA ISABEL TIMOTEO MAMANI, SILVIA LANAZCA SOTO estudiantes de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de ADMINISTRACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA ESTE, declaramos bajo juramento que todos los datos e información que acompañan la Declaratoria de Originalidad del Autor / Autores titulada: "GESTIÓN DE LA INNOVACIÓN PARA GENERAR VENTAJAS COMPETITIVAS.

REVISIÓN SISTEMÁTICA DE LA LITERATURA", es de nuestra autoría, por lo tanto, declaramos que la Declaratoria de Originalidad del Autor / Autores:

1. No ha sido plagiada ni total, ni parcialmente.
2. Hemos mencionado todas las fuentes empleadas, identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes.
3. No ha sido publicada ni presentada anteriormente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados.

En tal sentido asumimos la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual nos sometemos a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo .

Nombres y Apellidos	Firma
ROSA ISABEL TIMOTEO MAMANI DNI: 45448930 ORCID: 0000-0003-3623-5832)	Firmado digitalmente por : RTIMOTEOM el
SILVIA LANAZCA SOTO DNI: 46962498 ORCID: ORCID: 0000-0001-9508-64	Firmado digitalmente por : LSOTOSIL el