



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

**La innovación como factor de impacto en la gestión empresarial.
Revisión sistemática de la literatura**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

AUTORES:

Baldeón García, Jhon Kennedy (ORCID: 0000-0002-2020-2772)
Orrillo Sarmiento, Rosmery Lizbeth (ORCID: 0000-0001-9437-3112)

ASESOR:

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

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de Organizaciones

LIMA – PERÚ
2021

Dedicatoria

Les dedicamos este trabajo de investigación a nuestros padres por apoyarnos en todo momento y a nuestros profesores que durante en este proceso educativo nos ayudaron.

Agradecimiento

A la universidad por poder brindarnos las herramientas necesarias para así lograr nuestro desarrollo profesional, también a los docentes que durante todo este tiempo nos han compartieron sus conocimientos y sabiduría.

Índice de contenidos

	Pág.
Carátula	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos	iv
Índice de tablas	v
Índice de gráficos y figuras	vi
Resumen	vii
Abstrac	viii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	6
III. METODOLOGÍA	13
3.1. Tipo de investigación	13
3.2. Protocolo y registro	14
3.3. Criterios de elegibilidad	15
3.4. Fuentes de información	15
3.5. Búsqueda	16
3.6. Selección de los estudios	17
3.7. Proceso de extracción de datos	17
3.8. Lista de datos	18
3.9. Aspectos éticos	19
IV. RESULTADOS	20
V. DISCUSIÓN	26
VI. CONCLUSIONES	32
VII. RECOMENDACIONES	34
REFERENCIAS	37
ANEXOS	47

Índice de Tablas

		Pág.
Tabla 1	<i>Planteamiento de objetivos</i>	6
Tabla 2	<i>Protocolo y registro</i>	14
Tabla 3	<i>Criterio de elegibilidad</i>	15
Tabla 4	<i>Búsqueda</i>	16
Tabla 5	<i>Selección de estudios</i>	17
Tabla 6	<i>Proceso de extracción de datos</i>	18
Tabla 7	<i>Lista de datos</i>	19
Tabla 8	<i>Búsqueda por año</i>	19
Tabla 9	<i>Búsqueda por cuartil</i>	20
Tabla 10	<i>Matriz de categorización</i>	23

Índice de gráficos y figuras

<i>Figura 1</i>	<i>Planteamiento de extracción</i>	Pág. 18
-----------------	------------------------------------	------------

Resumen

El objetivo de esta investigación fue demostrar que la innovación tiene un impacto positivo en la ,desde la perspectiva empresarial, La metodología de investigación es de tipo revisión sistemática de la literatura científica, con el propósito, de poder conocer más acerca del tema de La innovación como factor de impacto en la gestión empresarial, como principal hallazgo se evidencia que La innovación aplicada a la gestión empresarial ayuda a un mejor desempeño de manera positiva y esto trae mejores recompensas, sin embargo; Es un riesgo que toda organización debe tener para la búsqueda de la excelencia y la mejora continua de sus operaciones, Se puede concluir que la innovación es un pilar importante ayuda al desempeño de la organización a afrontar distintos desafíos al recrearse para buscar mejores recompensas y estas van acompañadas de estrategias que favorecen a su realización con el fin de buscar una ventaja competitiva con otras empresas.

Palabras claves: Marketing, mejora de procesos, liderazgo.

Abstract

The objective of this research was to demonstrate that innovation has a positive impact on, from a business perspective, The research methodology is a systematic review of scientific literature, with the purpose of being able to learn more about the subject of innovation As an impact factor on business management, the main finding is that innovation applied to business management helps improve performance in a positive way and this brings better rewards, however; It is a risk that every organization must have in the search for excellence and continuous improvement of its operations. It can be concluded that innovation is an important pillar that helps the performance of the organization to face different challenges when recreating itself to seek better rewards and these They are accompanied by strategies that favor their realization in order to seek a competitive advantage with other companies.

Keywords: Marketing, process improvement, leadership.

I. INTRODUCCIÓN

En el primer capítulo la investigación se fundamenta el tema de la innovación como factor de impacto en la gestión empresarial, en la cual la principal variable es de suma relevancia ya que permite buscar formas creativas y rediseña oportunidades internas en la empresa que ayuden a su desarrollo mejorando la actividad empresarial, por consiguiente las organizaciones tienen como principio su innovación constante en el mercado el cual pueda dar un impacto positivo en la gestión y estar a la vanguardia adaptándose a cambios para tener sostenibilidad. Por consiguiente y siguiendo la estructura sistemática se realizó la búsqueda del título el cual es la esencia resumida en una frase principal que aborda el tema de investigación, se despliega la realidad problemática dando a conocer en el contenido sustentos teóricos y empíricos de las variable y sus dimensiones, a través de estudios en las cuales muestra el problema en general para luego seguir con la justificación de manera teórico, metodológico y social y por último se plantearon los objetivos de la revisión sistemática.

En el marco de innovación empresarial se busca la optimización de recursos buscando de manera creativa diferentes estrategias que puedan ayudar al desarrollo y el posicionamiento de la organización (Haneda & Ito 2018, p.14); así mismo la innovación en la empresa permiten ser más competitivo en el mercado y da opciones de rediseños en las gestiones organizacionales (Frishammar, Richtnér, Brattström, Magnusson & Björk, 2018,p.12); por otro lado, la innovación se ha vuelto un pilar muy importante en una organización ,para asegurar su crecimiento y mejora de gestiones reduciendo tiempo y dinero (Patton, 2018, p.4); no obstante, las organizaciones cuando tienen un mal grado de satisfacción optan por innovar procesos las cuales ayuden en gestión a sus objetivos (Öberg & Alexander,2018,p.63).

En el factor mejora de procesos dentro de la innovación la empresa opta por la perfección continua e innovación en el modelo de negocio al cual se quiere adecuar, acompañada de riesgos que siempre hay al momento de implementaciones de mejoras en las organizaciones (Snihur & Wiklund 2018,p.45); la autorreflexión de los colaboradores de la empresa sirven para mejorar procesos de innovación teniendo resultados favorables y rentables (Shujahat, Sousa, Hussain, Nawaz, Wang & Umer 2017, p.445); es por ello, que la innovación que se toman para procesos en estructura organizacional están

limitadas por decisiones tomadas en el pasado sin éxito (Silvestre & Țîrcă, 2019, p.326); además, el uso de innovaciones en procesos por cambios de productos genera un riesgo y dependiendo su aceptación se dan las mejoras futuro de la organización (Hannigan, Seidel & Douglas, 2018, p.5).

De acuerdo a los estudios realizados en las organizaciones, concluye que la innovación de procesos en las empresas ayudan tener gestiones eficientes (Snihur & Wiklund 2018,p.45); asimismo, es evidente que las innovaciones de procesos en las organizaciones motiva a los trabajadores a ser parte del éxito de la empresa (Shujahat, Sousa, Hussain, Nawaz, Wang y Umer 2017,p.445); es por ello que, las empresas tienen que tener una mejora e innovando procesos para la rentabilidad organizacional (Silvestre & Țîrcă, 2019, p.326); además, toda innovación en los procesos de la empresa genera riesgos pero evidencian los autores que es un riesgo positivo empresaria.

En el factor de estrategias dentro de la innovación ayuda mucho a la empresa a buscar opciones creativas que se adapte de manera favorable a las opciones de soluciones planteada ante un cambio (Hsieh, & Wu 2018,p.34); en tanto que, las estrategias competitivas apoyan la innovación y buscan una mayor productividad sin desconfigurar las gestiones habituales de la empresa (Hacklin, Bjorkdahl & Wallin, 2018, p.5), en virtud a ello, la estrategia y la innovación cada vez tienen mayor protagonismo en las gestiones de cada empresa y compiten para el éxito de la organización (Beynon, Jones & Pickernell 2018, p.21); por ende, las estrategias son importantes para un desarrollo sostenible y el bienestar por lo cual asegura un crecimiento sostenido la ventaja competitiva en el mercado (Varadarajan, 2018, p.155).

Las investigaciones desarrolladas sobre la relación entre las estrategias y la innovación, señalaron que existe relación significativa entre las dos variables, debido a que, estas variables influyen a una empresa a constituirse y adaptarse a diferentes circunstancias (Hsieh & Wu 2018, p.34); además, revelan que las estrategias ayudan de manera favorable al desempeño de la empresa (Hacklin, Bjorkdahl & Wallin, 2018, p.7); es evidente que las estrategias juegan un rol importante en la búsqueda de los objetivos de la organización (Beynon, Jones & Pickernell 2018,p.21); del mismo modo, la investigación señala que las estrategias inciden de manera positiva y significativamente para al crecimiento de la organización (Varadarajan, 2018, p.157).

Como tercer lugar, el diseño organizacional flexible contribuye al esfuerzo de la capacidad organizacional para innovar su estructura mejorando gestiones al rediseñar su estructura de manera positiva (Trivellas & Koulou 2017, p.10); de acuerdo con ello, las empresas están siempre a la vanguardia de experimentar diferentes diseños organizacionales, en la búsqueda de optimizar tiempos e innovación en los procesos organizacionales que ayuden a actualizarse adaptándose al mercado competitivo (Burton, Colombo, Rossi & Wasserman, 2019, p.45); así mismo, todo cambio que se realice en los nuevos diseños de la organización es para la mejora de procesos e innovar de manera estratégica y a la adaptación (Baporikar & Randa, 2020, p.54).

De acuerdo a los estudios realizados en organizaciones, se concluye que al adoptar un nuevo modelo de diseño organizacional se debe previamente evaluar el tipo de innovación que se va a realizar en el área correspondiente (Trivellas & Koulou 2017, p.10); ya que, la innovación es un factor clave para el rediseño empresarial, y este éxito se ve en el impacto positivo a la empresa (Burton, Colombo, Rossi & Wasserman, 2019, p.45); es evidente que, toda innovación en el diseño organizacional mejora significativamente las diferentes gestiones organizacionales que pueden tener, siendo este un factor clave para ser más competitivo en el mercado (Baporikar & Randa, 2020, p.54).

En cuarto lugar, la cultura organizacional hace referencia que toda organización debe crear una cultura saludable que fomente la innovación asegurando el bienestar de los empleados promoviendo el incentivos y eliminando obstáculos (Chen, Huang, Liu, Min & Zhou, 2018, p. 2); asimismo, la cultura organizacional tiene una importancia cada vez mayor en los negocios aportando el desarrollo de la empresa a través de innovaciones que se adapten a la sostenibilidad de la empresa (Tian, Deng, Zhang & Salmador 2018, p.6); por consiguiente, es importante la construcción de una cultura organizacional para el intercambio de conocimientos y habilidades de los empleados la cual promueve capacidades de innovación y puede ayudar al bienestar y sostenibilidad de la organización (Yang, Nguyen & Le, 2018, p.958).

Los estudios demuestran que, en efecto la cultura organizacional como innovación influye en la gestión empresarial considerablemente, ya que fomenta un aumento de productividad y desempeño de los empleados (Chen, Huang, Liu, Min & Zhou, 2018, p. 2); además, estudios revelan que existe una correlación

entre la cultura y la innovación organizacional, ya que sin una buena cultura en una organización no puede fácilmente desarrollar procesos innovadores (Tian, Deng, Zhang & Salmador, 2018, p.6); por ello, es evidente que la cultura organizacional promueve la innovación en diferentes gestiones empresariales facilitando sus procesos (Yang, Nguyen & Le 2018, p.958).

En el quinto lugar en el factor de marketing digital basado en la innovación, permite llevar a las empresas a un nuevo nivel las cuales haya un impacto de cambio en la manera de consumismo (Kraus, Roig & Bouncken, 2019, p.13); asimismo, el contenido del marketing digital como innovación en la organización debe conectar e impactar en el cliente de manera persuasiva (Grimpe, Sofka, Bhargava & Chatterjee, 2017, p.376); por otro lado, la transformación e innovación en el marketing digital son dos claves de importancia para una mejor posición competitiva promoviendo el canal de la tecnología reduciendo costos (Sánchez, Cabanelas, Lampón & González, 2018, p.1); por ello, la noción de innovación desde la perspectiva del marketing se enfoca en brindar algo único y diverso que conlleve al impacto de la satisfacción de sus necesidades y reduciendo los costos (Blasco, Velázquez, Serveray & Gil, 2017, p7).

Los estudios demuestran que, efectivamente la innovación en el marketing digital ayudan considerablemente y mejoran la rentabilidad de la empresa (Kraus, Roig & Bouncken, 2019, p.13); por ello, es evidente que una información concisa e innovador tiene mayor éxito de enganchar al consumidor (Grimpe, Sofka, Bhargava & Chatterjee, 2017, p.376); por consiguiente, las investigaciones demuestran que cuando mayor sea la innovación del marketing favorece sus gestiones y tendrá mayor valor para el cliente (Sánchez, Cabanelas, Lampón & González 2018, p.1); además, los autores precisan que la innovación incide positivamente en el marketing digital, ya que la tecnología ayuda a la exhibición del producto, siendo un elemento fundamental para la empresa (Blasco, Velázquez, Serveray & Gil, 2017, p7).

En conclusión a la realidad problemática planteada donde se plasma diversas evidencias teóricas y empíricas sobre la importancia de la innovación y sus impacto positivo en la gestión empresarial, que orientan sus estrategias hacia el liderazgo competitivo en busca de adecuarse a los nuevos cambios constantes que se realicen en la estructura organizacional, en consecuencia a los análisis de diferentes autores nos ayuda a entender con amplitud teórica las

variables estudiadas en diferentes contextos y su importancia en los constantes cambios de la estructura de la organización y su continuidad empresarial.

En la investigación también se debe reconocer el problema, el estudio se enfocó en los problemas que tienen las actuales organizaciones, para ser sostenibles en la coyuntura de la pandemia que azota a muchas empresas en la actualidad teniendo como resultado bajos ingresos lo cual no hacen rentables a las empresas y generan pérdidas; por ello, estos procesos se tienen que rediseñar para desafiar a estos cambios que las organizaciones lo requieren para su continuidad; así mismo, se propone la siguiente problemática: Se ha detectado que no existe una clasificación actualizada de la innovación como factor en la gestión empresarial, lo que ha contribuido a que las organizaciones no puedan realizar una adecuada innovación para generar competitividad en el mercado.

La justificación teórica indica que en el enfoque metodológico permite describir cuáles son las brechas de conocimiento existentes a través de estrategias, para generar conocimiento válido y confiable con el enfoque de eficiencia contrastada (Soboleva, 2018, p.18); por ello, el presente trabajo de investigación tiene como objetivo identificar la problemática del diseño organizacional para la innovación en la organización, por lo cual en esta justificación nos lleva a confrontar las teorías y llevar a una reflexión refiriéndose con mayor amplitud a su enfoque y de acuerdo a ello podemos identificar el punto de la importancia de la investigación (Patricio, Gustafsson & Fisk, 2017, p.9).

En cuanto a la justificación social, en esta justificación lleva el tema de su investigación y su importancia de cómo puede contribuir a la sociedad y como objetivo mejorar la problemática encontrada en cada contexto citado según (Pérez & Fol, 2017, p.36); por lo tanto, la presente investigación genera un aporte a las organizaciones, debido que en la actualidad las empresas sufren diversos cambios y por ello optan en innovar los procesos para que permitan lograr cambios más eficientes, las cuales resultan ser importantes para mantener su competitividad y su sostenibilidad como organización a través de estrategias competitivas. (Joachim, Schulenkorf, Schelenker & Frawley, 2019, p.12).

La justificación metodológica, propone diferentes estrategias para generar mayores conocimientos y poder abordar de acuerdo a la investigación a través de instrumentos que permitan que logren sus objetivos para generar

conocimientos confiables (Azüero, 2018, p.4); por lo expuesto, la innovación propone mejorar las gestiones de las organizaciones en busca de mejoras constante las cuales puedan ayudar para su productividad y sostenibilidad de la empresa (Joachim, Schulenkorf, Schlenker & Frawley, 2019, p.14).

Según, (Sindhu, Nehra & Luthra, 2017 p,497), los objetivos de una investigación están relacionadas con las preguntas que se dan en la problemática y el conocimiento que se desea obtener para la investigación a realizar; por otro lado (Fink, Yogev & Even, 2017, p.7) indica que los objetivos son importantes para organizar y clasificar como proceder y trabajar con las investigaciones; por último, se planteó los siguientes objetivos de la investigación:

Tabla 1

Objetivos propuestos para la investigación sistemática

Niveles	Propuestas
Tabla 1	Actualizar la clasificación de los modelos de innovación para orientar la toma de decisiones en gestión empresarial.
tabla 1a	Actualizar la revisión de los modelos en gestión del conocimiento basados en la innovación orientado a generar impacto en la gestión empresarial.
Tabla 1b	Actualizar la revisión de los modelos en el modelo de negocio basados en la innovación orientado a generar impacto en la gestión empresarial.
Tabla 1c	Actualizar la revisión de los modelos en el proceso de negocio basados en la innovación orientado a generar impacto en la gestión empresarial.
Tabla 1d	Actualizar la revisión de los modelos en la logística basados en la innovación orientado a generar impacto en la gestión empresarial.
Tabla 1e	Actualizar la revisión de los modelos en la innovación estratégica basados en la innovación orientado a generar impacto en la gestión empresarial.
Tabla 1f	Actualizar la revisión de los modelos en la competitividad basados en la innovación orientados a generar impacto en la gestión empresarial.

II. MARCO TEÓRICO

En este segundo capítulo se expondrá los antecedentes y las bases teóricas; el primero hace referencia a los artículos científicos resaltantes con relación a la investigación, en donde se menciona el autor, el año, el tipo y enfoque de la investigación, además como se concluye y las recomendaciones, asimismo, se detalla las bases teóricas que comprenden a nuestra variable innovación empresarial como factor de impacto en la gestión empresarial y cómo se relaciona con los factores estrategia organizacional, marketing digital, diseño organizacional, cultura organizacional y mejora de procesos.

Grimpe, Murmann & Sofka (2019); plantearon como objetivo la delegación de autoridades para la toma de decisiones en la innovación. El diseño de la investigación fue descriptiva explicativa, con un enfoque de tipo mixto y concluyeron que cuando los fundadores están particularmente bien dotados de conocimientos tecnológicos y cuando hay oportunidades de innovación se puede realizar mejoras antes que se termine el financiamiento. Asimismo, se recomendó realizar más investigaciones para poder identificar futuras causales o establecer evidencias de escenarios experimentales.

Gerard & Yimin (2019); plantearon como objetivo, evidenciar el rol de la analítica en la innovación, así como la investigación sobre los procesos y los resultados. El diseño de investigación fue explicativo y concluyeron que la analítica en la innovación presenta potencial que promueve la adaptación de las organizaciones, ello a través de nuevos productos o procesos internos con el fin de mejorar la eficiencia en la gestión empresarial. Asimismo, recomendó proporcionar más área de investigaciones sobre el papel de la analítica en entornos de trabajo profesionales y organizacionales de diseño.

Carayannis (2017); planteó como objetivo de investigación centrarse en el diseño organizacional y gobernanza y el papel de las diferentes partes interesadas, principalmente clientes y socios para jugar en el proceso de innovación hacia la sostenibilidad organizacional. El diseño de investigación fue descriptiva explicativa y concluyó que es importante realizar investigaciones para poder definir, explorar y analizar cómo los agentes pueden contribuir con la transformación de una empresa utilizando la innovación y las recomendaciones que plantean, es que un investigador siga los principios teóricos marco,

identificar y evaluar explicaciones rivales y hacer una descripción de caso para que pueda mejorar como empresa.

Snihur (2018); planteó como objetivo examinar la respuesta de borders a la innovación del modelo de negocio y las posibles causas del desaprendizaje organizacional. El diseño de investigación utilizado es explicativo debido al empleo de la inferencia teórica de archivos precedentes que permitieron estudiar la evolución de borders. Concluyó que debido a los borders de adaptaciones por las inestabilidades y de los procesos muchos de estos casos no se pueden realizar porque generan fallas organizacionales. Recomendó estudiar casos donde el proceso de aprendizaje organizacional ha sido exitoso y también casos de fracasos para que puedan estar preparados y poder enfrentarlos con certeza mediante la innovación.

Foss & Saebi (2017); planteó como objetivo que los cambios que se realizan son constantes y que se debe estar a la vanguardia con las modificaciones que realiza la innovación. El diseño de investigación es descriptivo en base a modelos de negocios y concluyeron que se ha perdido una gran parte del pensamiento estratégico que en muchos casos han adoptado visiones considerables y que permitieron el éxito. Además, recomendó que se realicen búsquedas e implementación de BMs que sean consistentes y que puedan ayudar a las organizaciones a mejorar.

Hock, Clauss & Schulz (2017); plantearon como objetivo conocer los efectos de la cultura subyacente de los modelos de negocio en las capacidades de innovación empresarial, así como explicar el modelo de negocio de una empresa al relacionar innovación y eficiencia. El diseño de investigación utilizado fue descriptiva explicativa; y concluyó que la cultura organizacional tiene influencia en las capacidades de innovación del modelo de negocios. Asimismo, recomendó realizar estudios futuros para aumentar el número de industrias en incluir estudios con empresas de gran tamaño.

Mote, et al., (2018); plantearon como objetivo medir la innovación dentro del proyecto no en función de la productividad de publicaciones y patentes, sino como la cantidad de innovación lograda dentro de los objetivos del proyecto. El diseño de investigación empleado fue descriptivo, en base a teorías de proyectos de investigaciones anteriores y concluyeron que, de las cinco áreas investigadas, tres de ellas tuvieron un impacto negativo por un mal liderazgo generando

limitaciones al innovar. Recomendaron también que exista solo una visión y que los líderes se acoplan a ella para que puedan lograr el objetivo propuesto de mejorar la organización en base a las innovaciones.

Panagiotis (2017); el objetivo es explorar el impacto de las dimensiones de la estructura organizacional en la innovación el desempeño, así como sus implicaciones en el valor de la relación con los clientes comerciales y el rendimiento. El diseño de investigación fue de tipo descriptiva explicativa y concluyó que la formación fomenta el cambio y la innovación refuerza significativamente el nivel de innovación facilitando una mejora de productos, servicios existentes y promueve la introducción de otros nuevos acelerando la implementación de ideas novedosas. Recomendó que se realicen más innovaciones en las organizaciones creando nuevos productos y servicios.

Tohrovich, Rhee, & Yoon (2017); plantearon como objetivo investigar el papel mediador del comportamiento innovador en las relaciones entre la estructura organizacional, tales como centralización, formalización, integración y desempeño en innovación organizacional. El diseño de la investigación presentó un enfoque cuantitativo, mediante la realización de la recolección de datos para el cuestionario. Concluyó que al no tomar en cuenta las opiniones del personal puede generar conflictos debido a que ellos sienten que no los toman en cuenta y pueden generar resistencia a los cambios. Asimismo, recomendaron que tomen en cuenta a los colaboradores ya que pueden surgir nuevas ideas que puedan sumar las mejoras para la organización en la innovación que se realice.

Patricio, Gustafsson & Fisk (2017); plantearon como objetivo desarrollar una agenda de investigación futura en tres áreas con el fin de reforzar y ampliar las bases de diseño e innovación de servicios mediante la integración de múltiples perspectivas y métodos avanzar en el diseño y la innovación de servicios mediante mejorar la conexión entre las dos áreas, profundizar la participación de los actores y aprovechar el papel de la tecnología; y mejorar el diseño y la innovación. El diseño de investigación tiene un enfoque holístico y centrado en las personas. Concluyeron que las investigaciones realizadas traen direcciones futuras para reforzar los crecimientos, el avance y el diseño e innovación. Recomendaron también, que se realicen más innovaciones en los sectores privados y públicos debido a que existe una necesidad para realizar las transformaciones.

Marín & Cuartas (2018); plantearon como objetivo determinar los efectos covariados de estructuras variables sobre la innovación organizacional mediante la aplicación de una ecuación estructural metodología. El enfoque de investigación empleado es cuantitativo y concluyeron que la división jerárquica no influye en la innovación, mientras que la descentralización y la formalización si lo hacen. Además, recomendaron que las investigaciones futuras pudieran realizar estudios longitudinales, y en otros lugares para establecer parámetros comparativos y llegar a conclusiones más definidas.

Cozzarin (2017); planteó el objetivo de probar el efecto de la organización innovación en la innovación de productos y procesos mientras se controla la endogeneidad. El enfoque de investigación utilizada fue cuantitativo mediante el estimador de Poisson. Concluyó que la hipótesis de la innovación organizacional debería tener un impacto significativo y positivo. Asimismo, llegaron a controlar la endogeneidad de la innovación organizacional mediante el uso de un estimador de Poisson. Recomendó que se debe implementar más la innovación en diferentes áreas y no solo en una para poder tener mejores resultados en las organizaciones.

Joachim, Schulenkorf, Schlenker, & Frawley (2019); plantearon como objetivo de investigación determinar si el campo del deporte para el desarrollo presenta oportunidades para el empleo de enfoques de pensamiento de diseño para mejorar la innovación organizacional. El diseño de la investigación fue un estudio de alcance; y concluyó que el pensamiento de diseño mejora positivamente los esfuerzos de innovación de las organizaciones en un contexto de gestión. Además, recomendaron que las próximas investigaciones se adentren en el campo del deporte para el desarrollo para examinar y aprender de los resultados del pensamiento de diseño en la gestión deportiva.

Oliveira & Rodil (2019); plantearon como objetivo analizar la influencia de las características estructurales y organizativas en la percepción de los obstáculos a la innovación por parte de las empresas. El diseño de la investigación fue descriptivo y concluyeron que los resultados muestran una mayor percepción de los obstáculos a medida que disminuye el tamaño de la empresa, en todos los diferentes niveles de actividad de innovación. Asimismo, recomendaron que futuras generaciones busquen centrarse en contextos emergentes ya que se encuentran limitaciones metodológicas y falta de

indicadores a nivel de empresa para abordar las capacidades tecnológicas en países latinoamericanos.

Jing et al., (2017); plantearon como objetivo de estudio investigar el efecto de los factores contextuales de la organización en diferentes dimensiones de la gestión de la calidad en el logro del desempeño de la innovación a nivel global. El diseño de su investigación fue descriptiva explicativa, se basó en corrientes de investigación y concluyó que los hallazgos empíricos sobre el rol de los factores contextuales organizacionales que promueven la aplicación de la gestión de calidad permiten lograr el objetivo específico de la innovación. Además, recomendaron realizar estudios que investiguen la relación causal entre el contexto de la organización, las dimensiones de gestión de calidad y la innovación para complementar el análisis de la encuesta.

Las organizaciones buscan obtener mayores beneficios y que las herramientas logren avances en la producción o servicios, es así como surge innovaciones impulsadas por la gestión empresarial, de tal manera que para Zott & Amit , 2017, p8, la innovación producto de la gestión organizacional es una serie de estrategias, la cual se basa en que las empresas innovan aprovechando sus capacidades y recursos internos, también menciona que los avances tecnológicos obligan a las organizaciones a cambiar respondiendo a la dinámica de la industria; argumenta también que la innovación surge como un reflejo de los procesos, rutinas y capacidades de las organizaciones (Sindakis & Walter, 2017, p.2). Adicionalmente se menciona que la innovación organizacional brinda soporte a las empresas debido al dinamismo del mundo económico, permitiendo ser el medio para lograr el éxito y la competitividad empresarial (Tohirovich, Rhee, & Yoon, 2017, p.334). Simultáneamente la generación, introducción y aplicación intencionales de nuevas ideas sobre productos y procedimientos dentro de la organización, aluden a un comportamiento innovador que permite mejorar a las empresas.

La innovación se ha mostrado como uno de los posicionamientos estratégicos esenciales para una empresa, según Tajeddini, 2017, p15, permitiendo a las organizaciones adaptar sus estrategias a los cambios del mercado, mediante el desarrollo de nuevos productos o modificación de los procesos; por consiguiente el autor comenta que la innovación impulsada por la gestión organizacional se encuentra abierta a nuevas ideas, productos, procesos

y tecnología (Bayraktar, Hancerliogullari, Cetinguc & Calisir, 2018, p.3). Es así como las nuevas creaciones de productos y servicios, mediante el empleo de conocimientos y recursos, promueven una transformación significativa en el desarrollo de los mercados e industrias (Varadarajan, 2018, p.21). En efecto, la innovación permite lograr progresos operativos que incrementan la eficiencia, la participación de mercado, así como una posición competitiva en la gestión empresarial (Hacklin, Björkdahl & Wallin, 2018, p.16).

Estudios indican que las empresas están implementando técnicas que proporcionen soluciones para satisfacer las necesidades de los clientes debido a la rápida evolución de las tecnologías de comunicación, las cuales modifican las condiciones del mercado, con el fin de que surjan oportunidades empresariales, siendo una de ellas la integración de la tecnología digital, permitiendo desarrollar nuevas técnicas de marketing (Kraus, Roig & Bouncken, 2019, p.8). Por lo cual la innovación del marketing digital es la herramienta de un nuevo método de marketing que la organización no ha empleado antes, de tal manera que permita obtener notables cambios en las características del producto (Grimpe, Sofka, Bhargava & Chatterjee, 2017, p.3). Asimismo, la organización para la cooperación y el desarrollo económico, señala que la innovación de marketing digital es la implementación de nuevos métodos de marketing que involucran cambios significativos en la empresa, debido que se realizará de manera constante (Medrano, Cornejo & Olarte, 2019, p.2).

La gestión organizacional comprendida en la innovación presenta resultados positivos en el desempeño de la empresa, denotando en el diseño organizacional el rol de los directivos de seleccionar una estructura de tareas y responsabilidades dentro de la organización (Dekoulou & Trivellas, 2017, p.3); es decir los gerentes toman las decisiones y los empleados de la organización ejecutan las estrategias, orientados en la introducción de ideas originales (Marín-Idárraga & Cuartas, 2018, p.18). Por consiguiente, para que la empresa obtenga éxito producto de la innovación, es decir mayor efectividad y mejores resultados es importante presentar alternativas de diseño organizacional las cuales posibilitan capacidades de optimización de procesos y seguimiento de información (Grimpe, Murmann & Sofka, 2019, p.17).

Las investigaciones realizadas a la cultura organizacional, señalan que es la base de los procesos organizacionales al considerar los valores

empresariales, que se desarrollan, con el fin de establecer los principios de gestión que deben realizar los trabajadores (Tian, Deng, Zhang & Salmador, 2018, p.6). Las organizaciones deben crear una cultura adecuada que fomente la innovación asegurando las habilidades de los empleados, proporcionando incentivos y eliminando obstáculos dada la estrategia de innovación, así como la implementación de diferentes estrategias de innovación de diferentes características culturales (Chen, Huang, Liu, Min & Zhou, 2018, p.6). La innovación exitosa depende de la comunicación entre los colaboradores de la organización, debido a que permite desarrollar capacidades como la creatividad, el empoderamiento y el cambio que son esenciales para potenciar la innovación en una organización (Yang, Nguyen & Le, 2018, p.960).

En las últimas décadas, la mejora de los procesos ha promovido la gestión empresarial permitiendo el desarrollo de herramientas de esta manera ha permitido lograr incrementar la eficiencia de las actividades (Sinenko, Poznakhirko & Obodnikov, 2019, p.1); para ello el proceso considera necesario incrementar la capacidad de la organización para satisfacer a sus clientes y aumentar dicha satisfacción a través de la mejora de su desempeño (Stephan, Patterson, Kelly & Mair, 2018, p.19). Además, la mejora de procesos está relacionado positivamente con la innovación debido a la transferencia de conocimientos de manera sistemática logran obtener salidas creativas (Cirella, Canterino, Guerri & Shani, 2018, p.214). Por consiguiente, la mejora de procesos permite distinguir las etapas de los procesos deficientes que pueden existir en las áreas de trabajo y de esta manera permitirá encontrar una solución adecuada para la gestión empresarial (Sinenko, Poznakhirko & Obodnikov, 2019, p.13).

III. METODOLOGÍA

En el tercer capítulo se desarrolló el tipo de investigación, protocolo y registro, criterios de elegibilidad, fuentes de información, la búsqueda realizada sobre los artículos indizados, la selección del estudio, el proceso de extracción de datos, lista de datos, el riesgo de sesgo en los estudios individuales, síntesis de los resultados y por último los aspectos éticos, lo antes ya mencionado nos permitió recopilar información y validar los objetivos planteados.

3.1 Tipo de investigación

Una revisión sistemática es definida como un resumen claro y organizado de la información utilizable para las investigaciones (Moreno, et al., 2018, p.2). Asimismo, una revisión sistemática permite recopilar evidencia de un tema en específico, contemplando un proceso de delimitación y un criterio de exclusión (Estrada, García, Messino & Blanco, 2020, p.3). El tipo de estudio fue situado como una revisión sistemática de la literatura científica, con el propósito, de poder conocer más acerca del tema de La innovación como factor de impacto en la gestión empresarial en este estudio se cita. El enfoque de este trabajo de investigación fue de enfoque cualitativo porque explora a profundidad las variables de manera subjetiva y dinámica para realizar un análisis profundo, recopilando datos la cual puedan ser base de la información recaudada.

3.2 Protocolo y registro

Un protocolo es un documento que evidencia un proceso de pasos seguir formado por reglas e indicaciones, la cual nos permite indagar con mayor precisión sobre algún tema a profundizar (Moher et al., 2017, p.2). Por tal sentido, es un punto de inicio para delimitar información que no sea relevante, esto conlleva a establecer la metodología del trabajo y los criterios que se utilizaran en el proyecto de investigación (Pardal & Ochoa, 2017, p.8). En este sentido se realizó un por orden un registro de todos los resultados y sus fuentes en las bases de datos de las cual se extrajo palabras claves que serían de gran importancia para la búsqueda de información de esta investigación, para realizar la investigación se dividieron las base de datos para delimitar información con respecto a cada fuente de esta manera generar un mayor orden en cada procesos a realizar y en la indagación de los materiales que ayudaran a la obtención de la información a exhibir en el presente trabajo con el análisis necesaria para la recopilación de información.

Tabla 2

Protocolo y registro

Base de datos	Resultados de Búsqueda de palabras claves y otros filtros aplicados
Scopus	31 Estrategias organizacionales e innovación, diseño organizacional en la administración pública: categorización de proyecto, evaluar la influencia del estilo de liderazgo, el aprendizaje, análisis, innovación y adaptación organizacional, influencia de la cultura organizacional e innovación. diseño organizacional, mejora del diseño e innovación del servicio para lograr un impacto en la investigación, gestión organizacional, impacto de la innovación, innovación y su impacto en la gestión empresarial, año 2017, 2018, 2019 inglés, español.
Springer	1 Innovación del modelo de negocio como palanca del desempeño organizacional, organizacional: un modelo conceptual sobre el desempeño de las empresas adquirentes, gestión organizacional, diseño organizacional, año 2016, 2019, ingles.
Web of Science	10 El impacto de la cultura organizacional de una empresa, innovar, modelo comercial, innovación, desarrollo, nuevos procesos. Año 2018, 2019, ingles.
ProQest	8 La innovación, la gestión organizativa, la innovación y su impacto en la gestión empresarial año 2017, 2018, 2019, ingles.

3.3 Criterio de elegibilidad

Los criterios de elegibilidad ayudan a orientar una determinada información elegible para el trabajo de revisión sistemática esta estrategia ayuda a identificar estudios pertinentes que sustenten la información que se quiera obtener como respaldo y sustento a lo que se desea investigar (Gómez, 2017, p.65). En este contexto se realiza una recolección de resúmenes importantes para encontrar los artículos que ayuden a identificar aspectos más importantes (Olmedo, 2019, p.34). Por lo tanto, para elegir los artículos a investigar se realizó una exhaustiva búsqueda de palabras claves con el idioma en inglés similares a la variable de estudio que cumplan con los intervalos de tiempos requeridos en la investigación la cual corresponde a los últimos 4 años.

Tabla 3

Criterio de elegibilidad

Lista de palabras claves		
Desarrollo empresarial	Reorganization	Organizational culture
Innovación de servicios	Organizational design	Management
Recursos	Business structure	Processes
Gestión digital	Flexible organization	Innovation
Estrategia de marketing	Leadership	Marketing
Gestión del cambio	Digital marketing	Strategies
Emprendimiento	Quality management	Decision making

3.4 Fuentes de información

Las fuentes de información son contenidos susceptibles que están directamente relacionados con la variable principal a investigar la cual nos da información útil como respaldo (Romero, 2018, p.65); una vez definido el tema se indagara y recolectara fuentes de artículos que ayuden a profundizar las variables de nuestro tema, la cual ayuda a la investigación y al proceso de recolección de datos (Correa, 2018, p.36); por lo tanto, se agrupó un conjunto de artículos que se emplearon en la estructura de la investigación, en la cual cumplen con los repositorios reconocidos que amerita el estudio, como ProQuest, Scopus, Scielo, Web of Science, Springer Link, de las cuales se requirieron el uso de las palabras claves en el idioma de inglés, cumpliendo también con los parámetros de tiempo la cual se solicito sea de periodo del 2017 al 2020 para poder predeterminedar un grupo de artículos preseleccionados como se detalla en la siguiente tabla. (Anexo 1)

3.5 Búsqueda

La búsqueda de información se orienta a la recolección de palabras claves la cual profundicen más acerca a la variable a estudiar (Hernández & Ramos, 2018, p.52). Se inicia con la indagación bibliográfica detallada, para posteriormente presentar la lista de datos de la búsqueda obtenida (Linares, et. al., 2018, p.2). Para la realización de búsqueda de información se tomaron en cuenta las palabras en inglés para ello se tomó en cuenta según las dos variables a estudiar que es la innovación como impacto en la gestión organizacional para lo cual se emplearon búsquedas en sitios confiables de buena reputación y se recopiló el total de 2800 artículos que se encontraron en el periodo del 2017 al 2020 la cual se encuentra ordenadamente distribuido de la siguiente manera: Scopus 1500; ProQuest 700; Web of Science 450 y Springer Link 190 artículos. De acuerdo a lo indicado a la tabla detallada también se aplicaron exclusiones de algunos artículos dejando un sesgo para así quedar 2800 artículos. Por último, se llegó a agrupar 50 artículos indizados que cumplen con las características adecuadas para ser el sustento de la investigación como se detalla a continuación.

Tabla 4

Búsqueda

Fuente	Resultados de filtrado semiautomático y comprobación manual				
	Semi Automática			Comprobación manual	
	Original	Excluidos	Incluidos	Duplicados	Abstracta
Scopus	1500	755	745	60	31
ProQest	700	310	390	14	8
Web of Science	450	230	220	13	10
Springer Link	190	175	15	3	1
Total	2800	1470	1330	90	50

3.6 Selección de los estudios

La selección se define como un proceso de elaboración estructurado que comienza con la selección de artículos resaltantes el cual permitió realizar una investigación solida conforme a los datos obtenidos (Moreno, et al., 2018, p.1). Cabe mencionar que, una vez seleccionado los artículos, es importante extraer los datos relevantes en una base de datos, permitiendo identificar de manera eficaz los artículos (Linares, et al., 2018, p.1). Esta selección permitirá elegir los artículos que sean más confiables, que proporcione seguridad al momento de utilizarlo en el proceso de desarrollo. Para la elaboración de una tabla de información donde cada artículo esté debidamente codificado nombre del autor, la fecha de publicación, el título y el DOI. (Anexo 2)

3.7 Proceso de extracción de estudios

La extracción consiste en obtener de los estudios, toda información relevante para el proyecto de investigación (Moreno, et al., 2018, p.2). Es importante mencionar que, los investigadores deben revisar que el contenido este acorde con la información que se requiere para el desarrollo de la investigación, permitiendo una adecuada elaboración de una base de datos (Hernández, et al., 2018, p.2). Una vez seleccionados la extracción de información importante de los artículos científicos, se realizó un cuadro colocándolo la información obtenida desde el inicio del proyecto y hasta culminarlo. Es decir, se planteó el tema de investigación y se realizó la búsqueda de artículos científicos que puedan respaldar nuestra investigación y también se pudo determinar sus factores.

Para ello se utilizaron en su mayoría artículos científicos de los repositorios digitales como es de Scopus, ProQest, Web of Science y Spriger Link los cuales fueron seleccionados con menos de cinco años de antigüedad. Entre estas

fuentes se obtuvo un total de 2,800 artículos de los cuales se realizó exclusión e inclusión y finalmente nos quedamos con 50 artículos que empleamos para el proyecto, estos artículos cumplen con el objetivo de brindar mayor información en el énfasis de recaudar la mejor y selección de estudios.

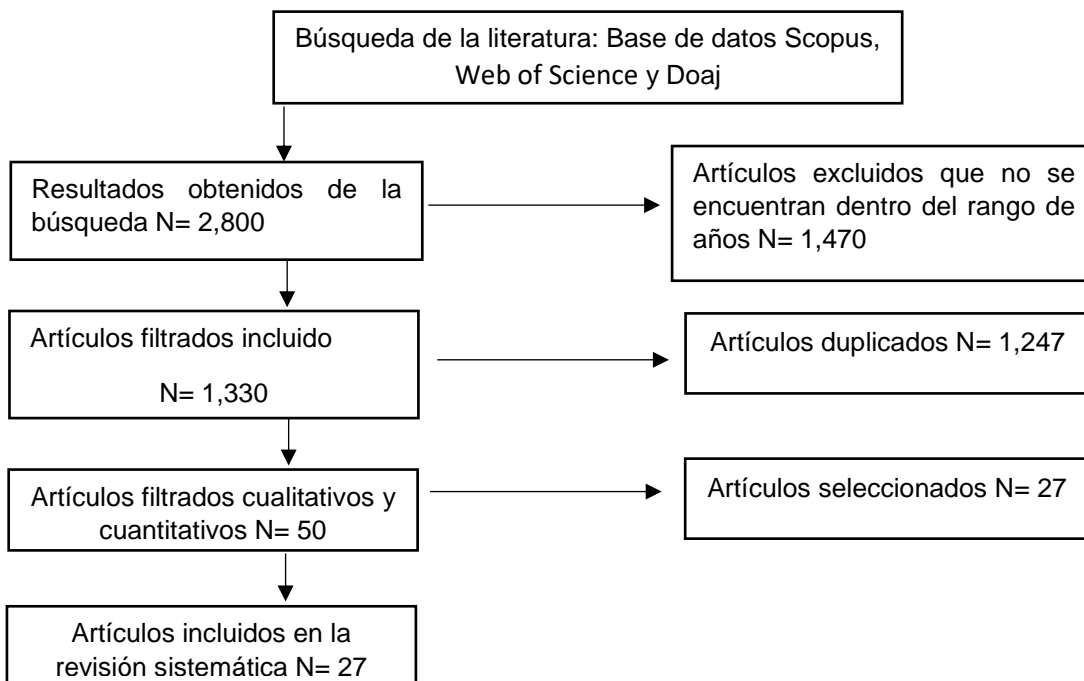


Figura 1. Proceso de extracción de datos

3.8 Lista de datos

Consiste en enumerar y definir las variables para las cuales se recopiló información, en donde cada artículo está codificado con su respectiva numeración correspondiente (Page et al., 2021, p.9). Por consiguiente, el orden de todo trabajo de investigación ayuda significativamente para hallar la naturaleza de lo que se requiere obtener de información (Gallud 2015, p.42). En la tabla se muestra el artículo a explicar con cada detalle restantes a investigar, es así que se buscó sobre la variable la innovación y gestión empresarial, así como también la de todos los artículos específicos la cual respalda la información obtenida como base a la información que se quiera dar a entender, en este sentido la lista de datos es de gran ayuda para su precisión en la búsqueda de información y un buen mapeo de cada categoría y la rápida obtención de estos artículos en este margen esta lista de datos expresa con mayor énfasis un en la búsqueda de estas categorías en su naturaleza de esta manera relata en una breve explicación cada uno de los artículos dándole la importancia respectiva de

cada uno en diferentes escenarios y todos ellos importantes para la variable innovación.

Tabla 6

Lista de datos

Categoría	Explicación
innovación	La innovación organizacional influye de manera favorable a toda empresa por lo que busca la optimización de recursos a través de estrategias creativas que puedan dar un cambio positivo (Pereira & Tarí, 2018, p.16); por ello es que toda empresa que venga dando resultados favorables opta por este recurso con la cual se puede optar por un desarrollo de procesos creativos que ayuden a mejorar la gestión empresarial y cambiar y crear nuevos mecanismos en operaciones (Patton, 2018, p.12).
Gestión Empresarial	La gestión empresarial son toda actividad a realizar para un objetivo concreto que ayude a solucionar algún problema o buscar innovaciones (Joslin & Müller 2017); así mismo, la gestión empresarial es una variable bien compuesta la cual lleva cargo diferentes roles y actividades que ayuden a su rentabilidad (Aubry & Tremblay 2018).
Estrategia organizacional	Las estrategias es una herramienta que apoya mucho a las organizaciones a emplear diversas situaciones a un problema y de cómo poder afrontarlo en el momento correcto y de la mejor manera ante algún cambio que tenga la empresa (Robson, 2017, p.18); por otro lado, las estrategias son un indicador de que la organización es competitiva y busca fortalecer su negocio a través de estrategias (Hacklin, Bjorkdahl, Wallin, 2018, p.10).
Marketing digital	El marketing digital permite llevar a la organización a un nuevo nivel donde pueda explotar el consumismo con ayuda de operadores digitales que ayudan al posicionamiento de la organización (Kraus, Roig y Bouncken, 2019, p.19); asimismo, el marketing digital promueve el uso de tecnología la cual ayuda reduciendo costos y siendo más rentable en toda organización y haciéndolo más competitivo frente a otras empresas (Sánchez, Cabanellas, Lampón y González 2018, p.24)
Diseño organizacional	El diseño organización juega un papel fundamental en toda organización siendo la base de la empresa y por ende se debe formular de las mejoras constantes en la estructura para su continuidad de negocio (Trivellas, De Koulou 2017, p.10); así mismo, las empresas siempre están a la vanguardia de poder modificar su estructura optimizando algunos procesos y reduciendo costos que puedan darle un valor agregado a la empresa (Cozzarin, 2017, p.7).
Cultura organizacional	La cultura organizacional es un indicador muy importante en toda organización ya que justamente este factor influye directamente sobre la producción a través de incentivos y se pueda llegar a tener una familiarización laboral en la organización (Chen, Huang, Liu, Min y Zhou, 2018, p.5); por lo cual es importante la construcción de la cultura organizacional ya que este indicador verifica la sostenibilidad de la empresa (Yang, Nguyen y Le, 2018, p.250).
Mejora de procesos	La mejora de procesos ayuda a optimizar costos de manera favorable a la organización la cual hace gestiones eficientes que tienen como resultados favorables en la empresa y es crucial para la mejora continua (Schneckenberg, Velamuri, Comberg y Spieth, 2016, p.24); por otro lado, es de riesgo también mejorar procesos y optar por un cambio de productos ya que es incierto la reacción a favor que tendrá y esto hace que la empresa siempre mejore en algún punto dándole el toque distinto (Silvestre y Țircă, 2019, p.326).

3.9 Aspectos éticos

La ética es una herramienta para el análisis de los valores morales, es por ello que se considera importante que el investigador evidencie sus principios morales cuando va a efectuar algún tipo de estudio (Salazar, Icaza & Alejo, 2018, p.1). Además, la ética proporciona al trabajo del investigador, soporte en la calidad de producción y propagación de los resultados obtenidos (Carcausto & Morales, 2017, p.1). El estudio efectuado fue elaborado de manera responsable y transparente, respetando la información encontrada en todo este proceso, asimismo, los investigadores están conscientes de que la información empleada es totalmente fiable y se siguió en toda la estructura los parámetros establecidos. En primer lugar, se realizó la recopilación de datos de artículos científico que se encuentran indexados, los cuales fueron publicados en el año 2017 al 2020, la información fue tomada de manera responsable y exhaustiva para no tergiversar el contenido de estos datos, de tal manera para evitar plagios. En segundo lugar, se da a conocer la investigación para que futuros investigadores puedan conocer la investigación realizada y lo puedan utilizar cuando ellos deseen investigar más sobre el tema de la innovación como factor de impacto en la gestión empresarial y de esta manera puedan contribuir a las organizaciones para que puedan realizar las mejoras.

IV.RESULTADOS

4.1 Publicación de revistas

La matriz de búsqueda por año, es el primer paso fundamental en los resultados de la investigación de tal manera que se selecciona todas las revistas más importantes que respalden la investigación en la cual se consideran clasificadas del año 2017 hasta el año 2020 tomando en cuenta las más recientes para su mayor precisión y exactitud, de esta manera se logrará tener una mayor orientación y orden en las revistas que se asemejen a la información requerida como sustentación de información (Ñaupás et al., 2018, p.38). Así mismo, también la tabla de búsqueda por año ayuda al análisis de la investigación para realizar la evaluación de la información según las distintas revistas, diferentes tiempos y realidades (Domínguez et al., 2019, p.120).

En esta primera matriz se clasificó en orden ascendente por años todas las revistas de los artículos seleccionadas entre las más importantes de la investigación, de presencia del año 2017 al año 2020 ya que tiene mayor coherencia con las realidades de los últimos tiempos.

Tabla 8

Búsqueda por año

N°	Revista	2017	2018	2019	2020	TOTAL
1	Career Development Internationa	1				1
2	EuroMed Journal of Business	1				1
3	European Sport Management Quarterly				1	1
4	Information Systems Management	1				1
5	International Business Review			1		1
6	International Journal of Production Economics	1				1
7	International Journal of Production Research			1		1
8	Journal of Business & Industrial Marketing	1	3			4
9	Journal of Business Research				1	1
10	Journal of Innovation & Knowledge			1		1
11	Journal of Management Development		1			1
12	Journal of Organizational Change Management		1			1
13	Journal of Product & Brand Management	1				1
14	Journal of Promotion Management			1		1
15	Leadership & Organization Development Journal	1				1
16	Long Range Planning		2			2
17	Marketing Intelligence & Planning	1				1
18	Research Policy				1	1
19	Strategic Entrepreneurship Journal			2		2
20	Sustainability		1	1		2
21	Technology Analysis & Strategic Management			1		1
TOTAL		8	8	8	3	27
		85%	15%	0	0	100%

4.2 Relación de los Journals

Los cuartiles son indicadores utilizados como medida de posición de una revista que ayudan a clasificar las revistas, en las cuales se debe ordenar de mayor a menor impacto y está dividida en cuatro grupos las cuales demuestran su punto de vista de mayor a menor factor de impacto (Ñaupas et al., 2018, p.52). Por otro lado, existe la gran probabilidad que una revista este incluida en dos o más categorías (Domínguez et al., 2019, p.120).

La tabla de matriz de cuartil es el paso siguiente después de la búsqueda por año en el cual seleccionamos las revistas de los artículos más importantes, para esta fase agrupamos por cuartiles los cuales se identificaron con la ayuda de las páginas de una empresa estadística Scimago Journal & Country Rank en el cual calcula su influencia científica de las revistas, considerando que se tomó en cuenta un total de 27 artículos donde dos artículos se repetían las mismas revistas teniendo así un total de 34 revistas científicas para ellos se realizado una agrupación de mayor a menor índice de impacto siendo Q1 de mayor influencia y Q4 siendo la menos utilizada.

Tabla 9.

Tabla de búsqueda por cuartil

Nº	Revista	Q1	Q2	Q3	Q4	TOTAL
1	Career Development Internationa	1				1
2	EuroMed Journal of Business	1				1
3	European Sport Management Quarterly	1				1
4	Information Systems Management	1				1
5	International Business Review	1				1
6	International Journal of Production Economics	1				1
7	International Journal of Production Research	1				1
8	Journal of Business & Industrial Marketing	4				4
9	Journal of Business Research	1				1
10	Journal of Innovation & Knowledge	1				1
11	Journal of Management Development	1				1
12	Journal of Organizational Change Management		1			1
13	Journal of Product & Brand Management	1				1
14	Journal of Promotion Management		1			1
15	Leadership & Organization Development Journal	1				1
16	Long Range Planning	2				2
17	Marketing Intelligence & Planning		1			1
18	Research Policy	1				1
19	Strategic Entrepreneurship Journal	2				2
20	Sustainability	2				2
21	Technology Analysis & Strategic Management		1			1
TOTAL		23	4	0	0	27
		85%	15%	0	0	100%

4.3. Matriz de categorización

La matriz de categorización tiene como finalidad simplificar, reducir y sistematizar la información recolectada haciéndolo más preciso transformándolo en pequeños fragmentos que puedan acaparar mejor el contenido de cada una de las categorías de esta manera agruparlas por las que tienen más coherencia y se relacionan de acuerdo a la información a analizar (Maxwell, 2019, p152), asimismo, la matriz de categorización muestra la relación contextual de las categorías logrando la reducción de información obtenida para conceptualizar de forma clara y concisa la investigación (Ñaupas et al., 2018, p.52).

Para este proceso se necesitó trabajar en una data de información donde se categorizó a todos los artículos científicos más relevantes y que cuenten con los datos que se está utilizando en esta investigación, por lo cual se buscó la información de cada artículo así como la base de datos, si se encontraban indexadas, Referencia de la fuente, categorización, revista, Base de datos, año, autor, la metodología, palabras claves, muestra, hallazgos y conclusiones, recomendaciones, limitaciones del estudio y pertinencias de la fuente en la investigación; seguido a ellos se categorizó por grupos ordenados según las semejanzas entre cada artículo, de las cuales se llegaron a la obtención de seis categorías y teniendo seis criterios de clasificación los cuales ayudaron para ver las similitudes de los artículos, para obtener el resultado de cada categoría y a la vez saber cuántos de ellos son los primordiales, este proceso que es el más complejo y más amplio de este capítulo, al final se obtiene un cuadro ordenado y agrupado por artículos que sustentan cada una de las categorías.

Una vez ya reunida toda la información se procedió a la elaboración de un cuadro ordenado donde se ingresaron los datos de las categorías, para ello se procedió a la segmentación de cada artículo de acuerdo a su categoría, y que esto se asemeje, por ello se emplea el uso de colores que puedan aportar mayor facilidad para la obtención de alguna información; por último, la matriz queda de manera ordenada y concisa para la obtención de información que ayuden a sustentar la investigación de manera coherente y con bases conceptuales como respaldo.

Tabla 10
Matriz de categorización A

Criterios de clasificación	C1	C2	C3	C4	C5	C6
Gestion del conocimiento	Innovación abierta. Delshab et al. (2020) Innovación dual. Delshab et al. (2020)	Gestión del conocimiento. Ode & Ayavoo (2019)	Innovación abierta e innovación dual. Sun, Liu & Ding (2019) Papel mediador de la capacidad de gestión del conocimiento. Sun, Liu & Ding (2019)	Gestion de recursos humanos. Rodrigues da Costa & Correia (2019)		
Modelo de negocio	Desempeño de la innovación. Dekoulou & Trivellas (2017)	Integración y comportamiento innovador. Dedahanov, Rhee & Yoon (2017)	Dimensión operativa. Fjeldstad & Snow (2018)	El diseño de puestos de trabajo. Raharjo & Fernandes (2018) El desempeño laboral. Raharjo & Fernandes (2018)	Modelos de negocios sostenibles. Lemus-Aguilar et al. (2019)	
Innovacion estrategica	Big data e innovación. Ghasemaghaei & Calic (2020) Innovación y desempeño. Ghasemaghaei & Calic (2020)	Cultura organizacional. Al-Sada, Al-Esmael & Faisal (2017) Estilo de liderazgo. Al-Sada, Al-Esmael & Faisal (2017)	Marketing e innovación tecnológica. Fuentes-Blasco et al. (2017)	innovación de procesos. Yang et al. (2018)	innovación de procesos. Li, C. (2019)	Mandos intermedios y su efecto en la atención empresarial a la innovación. Grimpe et al. (2019)

Tabla 10

Matriz de categorización B

Criterios de clasificación	C1	C2	C3	C4	C5	C6
Proceso de negocio	La innovación de servicios. Al-Musaddeq et al. (2018)	la innovación del modelo de negocio. Hacklin et al. (2018)	Estrategia de innovación. Chen et al. (2018) Cultura organizacional. Chen et al. (2018)			
Gestión logística	Integración entre funciones. Zeng, et al. (2017)	Incertidumbre interna. Masih et al. (2019) Estrategias de la cadena de suministro para abordar y controlar la incertidumbre. Masih et al. (2019)	Innovación en marketing. Haneda & Ito (2018) Orientación medioambiental. Haneda & Ito (2018)	Gestión de recursos humanos. Medrano et al. (2020) Reestructuración de la organización de la investigación y desarrollo. Medrano et al. (2020)		
Competitividad	Innovación de productos y desempeño de la empresa. Anning-Dorson (2017)	Aprendizaje organizacional. Liao et al. (2017) Innovación organizacional. Liao et al. (2017)	Estrategia innovadora de SI. Devece et al. (2017)	Innovación en marketing y creación de valor. Sánchez-Gutiérrez et al. (2018)	Reestructuración de la organización de la investigación y desarrollo. Burton et al. (2019)	

V. DISCUSIÓN

En el presente capítulo se profundizar los diferentes hallazgos de los artículos seleccionados en la investigación y se tendrá que fundamentar de cómo la innovación es un pilar fundamental que orientar la toma de decisiones en gestión empresarial y poner a prueba las diferentes autores y buscar sus similitudes en algunos conceptos y sus desacuerdos frente a otros conceptos, en la discusión de resultados ya se tiene un pre-conclusión la cual describe los significados de los hallazgos obtenidos y comparados frente a otras investigaciones y se crea y enfatiza una nueva discusión (Míguez et al., 2019, p.86).

Objetivo 1. Actualizar la clasificación de los modelos de innovación para orientar la toma de decisiones en gestión empresarial.

Los análisis del presente estudio han identificado una serie de hallazgos interesantes, que se resumen a continuación. En los países de primer mundo la innovación aplicadas a nuevas ideas ,productos ,servicios, practicas, es de obligación ajustar su capital y esfuerzos más allá de lo inevitable (Varadarajan, 2018, p.145), por otro lado, la innovación como paradigma influye cómo las empresas innovan al interactuar con otras organizaciones intercambiando conocimientos, sin embargo; es un riesgo que toda organización debe tener para la búsqueda de la excelencia y la mejora continua de sus operaciones (Varadarajan & Jayachandran 2018, p.56); asimismo, la innovación hace referencia a procesos de gestión de proyectos deben considerar el impacto del cambio organizativo en el éxito fracaso de la implementación del proyecto (Delshab, Winand, Boroujerdi, & Mahmoudian, 2020, p.120), la innovación enfocada en una empresa de producción involucra implementación de nuevos mecanismos y procesos, donde los resultados rigen la innovación o no a realizar y tomarlo en cuenta (Trujillo & Tallman, 2020 p.359).

La innovación rediseña mecanismos para la realización de diferentes actividades dentro de la organización y estas viene acompañada de estrategias de aprendizaje e integración que favorecen a su realización (Varadarajan, 2018, p.36); por otro lado, la ventaja competitiva y el crecimiento de una empresa evolucionan principalmente de la excelencia operativa lograda a través de una innovación de procesos eficaz (Radnejad, Osiyevskyy & Vredenburg, 2020, p.158), así mismo, la innovación como factor de desempeño fundamenta un papel importante en el abordaje de estos desafíos estimulando procesos de

transformación interna y externa en la organización y necesariamente como deber encontrar un cambio oportuno (Ghasemaghaei, M., & Calic, 2020, p.122), por ello, la innovación tiene como función desarrollar productos novedosos, llamativos, debido que los clientes a menudo no pueden expresar sus demandas (Furue & Washida, 2017, p237).

Objetivo 1a. Actualizar la revisión de los modelos en gestión del conocimiento basados en la innovación orientado a generar impacto en la gestión empresarial.

Desde el enfoque de gestión del conocimiento se da el siguiente hallazgo; la innovación abierta & la innovación dual puede expandir el modelo de gestión del conocimiento considerando la incertidumbre ambiental enfocado en estos últimos tiempos de calentamiento global la cual requiere innovaciones radicales, por otro lado, la información recopilada en este estudio es transversales y sus propiedades nos permiten analizar el comportamiento de las empresas en un punto específico; por lo tanto, la investigación futura puede expandir el modelo de investigación considerando la incertidumbre ambiental. (Yongbo Sun, Jingyan Liu y Yixin Ding 2019, p.78); así mismo, las organizaciones aplican la gestión del conocimiento, lo que da como resultado una actitud positiva hacia la novedad entre los miembros de su junta y la apertura a nuevas ideas internas y externas, lo que ayuda a su organización a innovar más y desempeñarse mejor (Vahid ,et al., 2020,p.75); sin embargo, las prácticas de gestión del conocimiento contribuyen a la innovación como una jerarquía y el vínculo a través de la aplicación del conocimiento que tiene el mayor impacto en la innovación empresarial, de lo otro lado las prácticas de gestión del conocimiento contribuyen a la innovación como una mejora en la organización (Oda Egenaa & Rajenthyan Ayavoo 2019, p.12).

La gestión tiene utilidad en una estructura organizativa descentralizada y un alto nivel de integración entre funciones útiles. Sin embargo, centrarse en las herramientas y técnicas de QM (Software calidad gestión de calidad) no parecen elevar el logro de la innovación del producto más allá de la mejora calidad; sin embargo, es probable que existan relaciones estructurales entre las prácticas de gestión y el desempeño, así como brindar oportunidades para los gerentes y percepción de la innovación. (Zeng, Zhao, Zhang & Matsui 2017, p.36); por consiguiente, implementar más de una práctica de gestión al mismo tiempo se

asocia con una mayor probabilidad de innovar nuevos productos. Nuestros resultados sugieren que la implementación de diferentes tipos de prácticas organizativas y de gestión de recursos humanos se asocian positivamente con el éxito de la innovación (Haneda & Ito 2018, p.53).

Objetivo 1b. Actualizar la revisión de los modelos en el modelo de negocio basados en la innovación orientado a generar impacto en la gestión empresarial.

las empresas están en constantes cambios en el modelo de su negocio enfocados en el futuro, un estudio longitudinal puede revelar los mecanismos subyacentes entre las variables investigadas y su cambio a lo largo del tiempo, Sin embargo, se deben tenerse en cuenta las diferencias estructurales y culturales, cuanto mayor sea el ajuste mutuo, mayor será el rendimiento de la innovación (Yun et al.,2020, p.39) así mismo, en el futuro un estudio longitudinal puede revelar los mecanismos subyacentes entre las variables investigadas y su cambio a lo largo del tiempo, por ello si bien es cierto que la innovación organizacional y la estructura organizacional juega un papel crucial en el modelo de negocio se necesitan urgentemente pasos anticipados con la mejora de la empresa y sus capacidades (Fjeldstad & Snow, 2018, p.20).

entre otros hallazgos, el modelo de negocio enfocado en el comportamiento innovador media la relación entre la integración y el desempeño de la innovación organizacional; sin embargo, las estructuras organizacionales, como la especialización laboral y la departamentalización en el comportamiento innovador de los empleados y si esto posteriormente influye en el desempeño de la innovación organizacional (Tohirovich, Rhee & Yoon 2017,p.54); también se confirma que los empleados se vuelven más creativos cuando trabajan en contextos laborales complejos, desafiantes, de apoyo y de supervisión; sin embargo; el enriquecimiento laboral sigue siendo un enfoque continuo, y la investigación en curso proporciona evidencia de que el enriquecimiento laboral beneficia a la organización (Raharjo, Nurjannah, Solimun & Achmad 2017, p.35)

por otro lado; para ser más feliz en el trabajo, los empleados están más comprometidos y responsables. En la misma ecuación y para retener más talento, las organizaciones están más enfocadas en los empleados y en cómo diseñar y entregarles una mejor experiencia interna, sin embargo; cuando sea

necesario, cooperarán internamente con sus compañeros de equipo o con otros departamentos (Rodrigues & Correia 2019, p.5).

Objetivo 1c. Actualizar la revisión de los modelos en el proceso de negocio basados en la innovación orientado a generar impacto en la gestión empresarial.

El proceso de negocio en este marco es un conjunto de tareas que cuanto mayor sea el diseño del trabajo más amplio son sus alcances, y esta genera el aumento en la motivación laboral de los empleados y tendrá un impacto en el mayor desempeño de RRHH; sin embargo, el desempeño en innovación se vería afectado y también los procesos de negocio negativamente por la desviación de un perfil de cultura organizacional para ejecutar una determinada estrategia de innovación. Este hallazgo sugiere que no es la selección de la estrategia de innovación, pero el que impulsa las diferencias en el desempeño de la innovación entre empresas (Al-Musadieq, Nurjannah, Raharjo, Solimun, & Rinaldo Fernandes 2018, p.12), por consiguiente; si el modelo de negocio principal de empresas que se vea seriamente amenazado, se recomienda a los gerentes que busquen e implementen de forma proactiva un modelo de negocio actualizado, que proporcione un mejor modelo con el nuevo panorama de valores, sin embargo; no será suficiente posponer una revisión importante del modelo de negocio principal o implementar nuevos modelos de negocio que hagan a su vez (Hacklin, Björkdahl & Wallin 2018, p.56).

Por ello, sugieren que los gerentes deben priorizar el reposicionamiento de los beneficios resultantes de la estrategia de innovación en el ajuste de la estrategia de la cultura. La perspectiva adecuada puede ayudar a los gerentes a ampliar su comprensión sobre las sinergias y los conflictos entre los diferentes tipos de estrategia de innovación y cultura organizacional; sin embargo, la investigación de estrategia y cultura, es limitado para reflejar la realidad de la organización (Chen, Huang , Liu , Min & Zhou ,2018, p.53); por otro lado; al enfrentar los desafíos emergentes impulsados por el envejecimiento de la población y las iniciativas de reforma del gobierno, la organización se dio cuenta de la necesidad de innovar en su propuesta de valor y ordenó el diseño de un nuevo modelo de negocios económica y socialmente viable, sin embargo; el viaje de diseño de la organización se puede capturar en cuatro fases distintas: demostrar el valor del diseño, conceptualizar los resultados del diseño,

implementar los resultados del diseño e integrar el diseño dentro de la organización (Sjödín, et al., 2020, p.87).

Objetivo 1d. Actualizar la revisión de los modelos en la logística basados en la innovación orientado a generar impacto en la gestión empresarial.

La logística genera impacto en la cadena de suministro flexible más equilibrada; sin embargo, para mejorar el desempeño de la empresa, se recomienda una cadena de suministro flexible más equilibrada y repotenciada cada año, además, la incertidumbre interna incluye varios elementos que incluyen cambios tecnológicos, de fabricación procesos y relacionadas con los recursos (Fadaki, Rahman & Chan 2019, p.33); por consiguiente, las empresas suelen llevar más tareas logísticas en un ambiente de distribución y de marketing que emprende una empresa deben estar relacionadas de forma positiva y no negativa, con su orientación de innovación constante y estas deben ir de la mano; sin embargo, pueden ser incompatibles con los estudios ambientales que han encontrado que las empresas manufactureras están más preocupadas por su orientación ambiental (Medrano, Cornejo & Olarte 2019, p.23).

La logística como la innovación depende de su alineación con la estructura organizativa, por ejemplo, descentralización, formalización y especialización, sin embargo, se puede emplear métodos logísticos asociados a mejorar el clima laboral (Zeng, Zhao, Zhang & Matsui 2017, p.56); por ello, la logística como factor de búsqueda indaga de manera externa amplia relacionada con el número de diversas partes interesadas externas de las empresas en busca conocimiento profunda la intensidad con la que una empresa recurre a cada actor externo, sin embargo, una buena selección de operatividades y reducciones en gastos deberían ser más involucrados por una área distinta y más explícita (Hanedaa & Ito, 2018, p.65).

Objetivo 1e. Actualizar la revisión de los modelos en la innovación estratégica basados en la innovación orientado a generar impacto en la gestión empresarial.

La innovación estratégica está relacionada directamente con el modelo de negocio y destacan el importante papel de construir y desarrollar cambios relevantes para estimular el proceso de intercambio de conocimientos, a través del cual se promueven las capacidades de innovación en la organización; sin embargo, puede parecer que las relaciones causales pueden cambiar a largo

plazo, un estudio longitudinal ayudará a superar esta limitación y consolidar el resultado (Yang, Nguyen & Le 2018, p. 966); así mismo, aunque construir y mantener lazos políticos puede ser crucial para una supervivencia y crecimiento de las ventas, los gerentes de empresas también deben ser conscientes del costo potencial de estar conectados políticamente. La inercia puede resultar de una dependencia excesiva de cierto tipo de ataduras; sin embargo, ni el tiempo de gestión invertido en vínculos políticos es significativo relacionado con productividad, encontrar esto implica la heterogeneidad de los costos y beneficios asociados con actividades políticas (Li 2019, p.96).

Los resultados para analizar la innovación organizacional orientado a generar impacto en la gestión empresarial en este sentido el autor menciona que la innovación ayudaría a los gerentes y formuladores de políticas en el sector de la educación a desarrollar una mejor comprensión de la cultura organizacional y los estilos de liderazgo y su influencia en la satisfacción, el compromiso y la motivación de los empleados, también se observaron relaciones positivas significativas entre la cultura de apoyo y la satisfacción laboral; sin embargo, la innovación está principalmente vinculada al sector industrial, pero nuestro trabajo muestra que la innovación en el sector de servicios también puede mejorar la competitividad de una empresa y ayudar a satisfacer mejor las necesidades (Al-Sada, Al-Esmael & Faisal 2017, p.56).

Por ello la innovación está principalmente vinculada al sector industrial, pero nuestro trabajo muestra que la innovación en el sector de servicios también puede mejorar la competitividad es por ello que la innovación tecnológica parece ser más importante que la innovación de marketing en la configuración de la imagen del valor y la satisfacción; sin embargo, la escala de innovación de marketing es demasiado general y un análisis futuro debería utilizar una escala que refleje las diferentes dimensiones de este constructo (Moliner, Servera & Gil 2017, p.24), así mismo; las innovaciones de procesos son cruciales para lograr la sostenibilidad sin cambiar el producto final, sin embargo; al proporcionar una lista de desafíos que enfrentan los ejecutivos en el proceso de comercialización de una innovación lograr la sustentabilidad de manera más efectiva.

Objetivo 1f. Actualizar la revisión de los modelos en la competitividad basados en la innovación orientados a generar impacto en la gestión empresarial.

El valor de ser innovador no cuentan con las características necesarias para ser una fuente de ventaja competitiva por sí mismas debido a su imitabilidad, por ello la complementariedad con otros activos ha sido reconocida por las investigaciones como piedra angular para comprender la ventaja competitiva a través de las tecnología de la información, ya que actúa como un mecanismo de aislamiento frente a la imitación; sin embargo, la fuente de la ventaja competitiva reside en el proceso de gestión de la integración Tecnología de la información de negocio (Devece, Palacios, Galindo & Llopis 2017, p.250); por otro lado, los gerentes de marketing deben sistematizar este proceso de diálogo y comprensión del mercado como base para sus decisiones; sin embargo, los gerentes de marketing deben sistematizar este proceso de diálogo y comprensión del mercado como base para sus decisiones (Sánchez, Cabanelas, Lampón & González 2018, p.180).

Por otro lado, existe un impacto significativo de la recompensa contingente, como una dimensión de la dimensión de liderazgo transaccional que afecta al aprendizaje organizacional y un impacto significativo de la motivación inspiradora como una dimensión de liderazgo transformacional; sin embargo, esto puede motivar a las organizaciones a adoptar el proceso, pero también puede canalizar sus esfuerzos en la dirección equivocada (Shu-Hsien et al., 2017, p.65), así mismo; las empresas deben tener en cuenta el efecto ambiental en sus estrategias de innovación, ya que tales condiciones límite pueden plantear restricciones para la implementación de la estrategia y en consecuencia, limitar los beneficios de desempeño, sin embargo; estudios actuales se encontraron una relación positiva y significativa entre la innovación de productos y el desempeño de la empresa (Anning-Dorson, 2017,p.52).

VI. CONCLUSIONES

1. De acuerdo a los hallazgos identificados, se puede concluir que la innovación es un pilar importante ayuda al desempeño de la organización a afrontar distintos desafíos al recrearse para buscar mejores recompensas y estas van acompañadas de estrategias que favorecen a su realización con el fin de buscar una ventaja competitiva con otras empresas (Varadarajan, 2018, p.145); Así mismo; también se concluye que las innovaciones que se realicen o implementen no garantiza el éxito de esta nueva actualización sea en productos o servicios ya que es un alto riesgo y esta depende de las estrategias que se puedan adaptar para tener un menor impacto negativo por otro lado la organización siempre se tiene que ver sometidos a estos cambios la cual ayuden al constante lineamiento a una buena rentabilidad (Trujillo & Tallman, 2020 p.359), también ,se concluye buena eficiencia en la organización en este concepto la innovación constante es un indicador positivo en toda organización (Furue & Washida, 2017, p237).
2. Según los hallazgos de los artículos estudiados con respecto a los factores de gestión del conocimiento se concluye que la innovación abierta y la innovación dual son de relevancia en la gestión de conocimiento por lo que ayudan a la organización a ver más allá de sus límites (Furue & Washida, 2017, p237); así mismo; tres autores señalan que os resultados de tener una mejor gestión de conocimiento ayuda a tener una actitud más positiva y a desempeñarse mejor en sus funciones ya que se comprueba que a mayor conocimiento en la organización mejores son los resultados en todo aspecto ante diferentes incertidumbres o problemas que se presente a futuro (Tohirovich, Rhee & Yoon 2017, p.54); por otro lado, también se concluye que la práctica de gestión de conocimiento es una ventana de oportunidad a los gerentes en búsqueda de oportunidades con un impacto positivo en la organización (Rodrigues & Correia 2019, p.5).
3. Se infiere que los hallazgos de los artículos estudiados con respecto a los factores de modelo de negocio se concluye y evidencia que es importante los constantes cambios en el modelo de negocio ya que esto define la actividad empresarial y esta puede evolucionar y ser más productiva (Al-Musadieq, Nurjannah, Raharjo, Solimun & Rinaldo Fernandes 2018, p.12); por otro lado, también se concluye que la innovación organizacional y la estructura

organizacional juegan un papel importante en el modelo de negocio y estos siempre están constantes con cambios, reinventándose de la mejor manera de cómo ser más rentable y eficiente (Hacklin, Björkdahl & Wallin 2018,p.56); así también; se demuestra que el comportamiento innovador de los empleados es motivado por un modelo de negocio y su buen funcionamiento, si la empresa tiene una base sólida y en constante cambios también todos se ven beneficiarios con sus resultados por último un buen modelo de negocio genera más empatía de todos los trabajadores y ellos una mejor experiencia interna y mayor compromiso hacia la organización (Sjödín, et al., 2020, p.87).

4. Según los hallazgos de los artículos estudiados con respecto a los factores de proceso de negocio los autores concluyen que la motivación laboral es una pieza fundamental para el proceso de negocio y estas impulsan a los trabajadores a tener un mejor desempeño laboral (Fadaki, Rahman & Chan 2019, p.33); por ello, se infiere que la es importante mantener una buena motivación en la organización para la obtención de procesos de negocios eficientes ,así mismo; la proactividad ha demostrado tener un impacto positivo en la organización al implementar modelos nuevos que ayuden a la solución de problemas y en la gran mayoría hacerlas más eficientes frente a cambios y en paralelo hacer nuevas estrategias que ayuden de respaldo a los nuevos procesos (Medrano, Cornejo & Olarte 2019, p.23).
5. Según los hallazgos de los artículos estudiados con respecto a los factores de logística se concluye que asegurar un desempeño superior de la empresas fundamental en el caso logístico de la organización ya que se busca la optimización y una buena planificación por los que se debe flexibilizar la cadena de suministros para ser más equilibrada (Fadaki, Rahman & Chan 2019, p.33); así mismo; también se concluye que es de importancia la mantención de la arena logística en áreas más comerciales y directas frente a los competidores en estas áreas de marketing y distribución de esta manera se da un mejor enfoque por importancia, por ello, se implementará las tecnologías que ayuden a la obtención de mejores resultados que mejoren a la organización (Medrano, Cornejo & Olarte 2019, p.23).
6. Según los hallazgos de los artículos estudiados con respecto a los factores de innovación estratégica se concluye que la finalidad de este enfoque es construir y desarrollar cambios relevantes (Yang, Nguyen & Le 2018, p.

966), por ello, se sugiere dar estudios oportunos los cuales puedan ser oportunos para la realización de cambios importantes sin afectar a la organización (Li 2019, p.96); Por otro lado ; también se concluyó que los lazos políticos son de vitalidad para la sustentación del negocio frente cambios que sean externo (Al-Sada, Al-Esmael & Faisal 2017, p.56); por último, se concluyó también que al sector industrial va siempre de la mano con las innovaciones al tener mayores desafíos que enfrentan los ejecutivos en el proceso de comercialización y esta ayuda a la gestión del cambio dentro de las empresas (Moliner, Servera & Gil 2017, p.24).

7. Según los hallazgos de los artículos estudiados con respecto a los factores de competitividad se concluye lo imitable es algo que juega en contra de las empresas innovadoras y es algo con lo que se tiene que vivir en la vida empresarial por ello se debe competir con originalidad y calidad (Devece, Palacios, Galindo & Llopis 2017, p.250); por otro lado; algunos autores concluyen que el proceso de gestión de la integración ayuda a la mejora de la empresa y la hace más competitiva al implementar tecnología en áreas donde antes no había (Sánchez, Cabanelas, Lampón & González 2018, p.180). la innovación de productos y el desempeño de la empresa juega un rol de importancia frente a la competitividad de las organizaciones y estas se ayudan con las aplicaciones de diferentes estrategias que ayudarán a la organización a ser mucho más competitivos y mejorar el posicionamiento del negocio dentro del mercado (Anning-Dorson, 2017, p.52).

VII. RECOMENDACIONES

1. Cabe resaltar que las organizaciones se encuentran en búsqueda de obtener ventajas competitivas y tener el liderazgo o mantenerse en el mercado, siempre van a optar por innovar sus procesos e innovarlos por ello se recomienda la planificación de estrategias de medidor de desempeño o indicador clave de rendimiento que pueda generar una competencia interna en la organización que minimicen riesgos que puedan ser futuras pérdidas para la organización de esta manera se proyectan diversos escenarios de futuros distintos, a través de simulaciones logísticas de aceptación a los nuevos cambios por ello se recomienda realizar mejoras e impulsar esa innovación para impactar a la gestión de su efectividad y asegurar un impacto positivo permitiendo aprovechar los recursos para obtener mayores beneficios tanto económicos, sociales o reputacionales.
2. En el enfoque de gestión de conocimiento se recomienda el uso programas comunicativos en la organización que fortalezcan la innovación abierta y la innovación dual ya que permite conectar a las personas de la organización frente a un solo propósito, así mismo; también es de vitalidad mantener los resultados positivos de la empresa ya que es el claro reflejo de que hay una buena gestión de comunicación, por ello; se sugiere compartir buenas prácticas y estas sean aplicadas de la mejor manera asociando los diversos conocimientos en la organización para su mejor funcionamiento en conjunto también es necesario la gestión de conocimiento desde un alto grado jerárquico para que busquen diferentes formas de como conectar a las personas con el fin de mejorar el rendimiento de la organización.
3. En el enfoque de modelo de negocio se recomienda un buen estudio de mercado apuntando a un público objetivo para e indagar sus necesidades para realizar un negocio innovador realizando cambio constantes para una mejora en el modelo de negocio innovando en productos, servicios nuevos donde se pueda considerar la calidad no se pierda sea de gestión o producción por ello también la estructura organizacional en el modelo de negocio es un mapa que ayuda a orientarse a buscar mejoras constantes ya que se evidencia que al ser innovadores en el modelo de negocio hace que los trabajadores tengan un comportamiento innovador y se identifiquen más con la organización por

ello se recomienda mayor énfasis en sus mejoras constantes buscando la excelencia y ser más competitivos.

4. Cabe enfatizar que en el enfoque de proceso de negocio se recomienda tener un compromiso desde el gerente hasta los operarios ya que se evidencia que la motivación influye en el éxito del proceso de negocio de esta manera se busca la realización de un conjunto de actividades o tareas con un grado de calidad y esa calidad es la que podría hacer la diferenciación frente a posibles amenazas de competidores, por ello; también se recomienda tener un también cambios positivos e innovadores ya que esos retos ayudan a afrontar diversos escenarios, por consiguiente; se debería dar mucha prioridad al área de RR.HH con el fin de asegurar un buen funcionamiento con la gestión de calidad y de motivación hacia los trabajadores y salvaguardar de esta manera indirecta los procesos de negocio de la organización.
5. En el enfoque de gestión de logística se recomienda que las organizaciones de un foco logístico especial a áreas que sean más directas a hacia las competencias por ello se sugiere que aseguren el desempeño de gestión de sus trabajadores esto ayuda a que las planificaciones logísticas sean las esperadas ya que el factor humano es de relevancia para la aplicación, esto demuestra que la logística es muy importante en toda organización y en esta parte también se recomienda que todo cambio logístico a realizarse no tenga gran impacto en el precio final sino solo sea en la optimización de tiempo y estas produzcan ventajas competitivas.
6. En el enfoque de innovación estratégica se recomienda que desarrollar cambios son positivos en grandes aspectos pero siempre y cuando sean estas innovaciones antes estudiadas para el éxito de estas en otro sentido los lazos políticos son una ayuda a la organización pero se recomienda no tener mucha dependencia de esos lazos y solo tener un grado de comunicación a través de gerencias sin implicaciones de la totalidad de la organización, por consiguiente; se sugiere que la innovación estratégica debería tener mayor impacto en los costos y beneficios de esta manera hace más competitivo en el mercado en este aspecto la sustentabilidad se hace más efectiva de acuerdo a los estudios realizados para la mejora y como impacta en la organización, en este aspecto los gerentes de empresas tienen un rol

fundamental y ellos deberían tener el potencial de ser innovadores para gestionar toda una empresa y poder implementar procesos innovadores.

7. Cabe enfatizar que en el enfoque de competitividad se recomienda que los emprendedores se caractericen por introducir un producto en un mercado específico sin imitar a las competencias, es suficiente para el posicionamiento de su marca y es mejor ser conocido en el mercado por su calidad, por otro lado; se recomienda que el proceso de gestión de la integración debe ser más agresivo y no tener miedo a los cambios y se debería optar mucho como un aliado a las tecnologías que han demostrado en la actualidad ser de gran ayuda para toda organización, por último; se recomienda quitar restricciones para la implementación de innovaciones ya que esto es vital para la competitividad de la empresa así mismo se evidencia que una empresa sin cambios tiene poca vida en el mercado.
8. Se recomienda para futuras investigaciones tener en cuenta la innovación en el marco de gestión del conocimiento considerando la incertidumbre ambiental, ya que en este aspecto siempre hay nuevas actualizaciones de conocimientos y cada vez más desafiantes teniendo en cuenta que al innovar alguna gestión o procesos, debe ser también ser eco amigable de esta manera también contribuirían para la sociedad, por otro lado; también se sugiere que los hallazgos de este estudio pueden limitarse en aspectos innovadores en la pandemia y como las empresas se reinventan estrategias, en este sentido es de importancia buscar mayor información que pueda ser de gran utilidad para nuevas eventualidades.

REFERENCIAS

- Al-Musadieq, M., Raharjo, K., Solimun, S., & Achmad Rinaldo Fernandes, A. (2018). The mediating effect of work motivation on the influence of job design and organizational culture against HR performance. *Journal of Management Development*, 37(6), 452–469.
- Al-Sada, M., Al-Esmael, B., & Faisal, M. N. (2017). Influence of organizational culture and leadership style on employee satisfaction, commitment and motivation in the educational sector in Qatar. *EuroMed Journal of Business*, 12(2), 163–188.
- Anning-Dorson, T. (2017). Moderation-mediation effect of market demand and organization culture on innovation and performance relationship. *Marketing Intelligence & Planning*, 35(2), 222–242.
- Azuero, Á. E. A. (2019). Significatividad del marco metodológico en el desarrollo de proyectos de investigación. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, 4(8), 110-127.
- Baporikar, N., & Randa, I. O. (2020). Organizational Design for Performance Management in State-Owned Enterprises. *International Journal of Service Science, Management, Engineering, and Technology*, 11(4), 1–25.
- Bayraktar, C. A., Hancerliogullari, G., Cetinguc, B., & Calisir, F. (2018). Competitive strategies, innovation, and firm performance: an empirical study in a developing economy environment. *Technology Analysis & Strategic Management*, 29(1), 38–52.
- Beynon, M. J., Jones, P., & Pickernell, D. (2018). SME development strategy and product/service innovation intention. *The International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 1-14.
- Burton, M. D., Colombo, M. G., Rossi-Lamastra, C., & Wasserman, N. (2019). The organizational design of entrepreneurial ventures. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 13(3), 243-255.
- Carayannis, E. G., Sindakis, S., & Walter, C. (2017). Business model innovation as lever of organizational sustainability. *The Journal of Technology Transfer*, 40(1), 85-104.

- Carcausto-Calla, W. H., & Morales-Quispe, J. (2017, April). Publicaciones sobre ética en la investigación en revistas biomédicas peruanas indizadas. In *Anales de la Facultad de Medicina* (Vol. 78, No. 2, pp. 166-170).
- Chen, Z., Huang, S., Liu, C., Min, M., & Zhou, L. (2018). Fit between Organizational Culture and Innovation Strategy: Implications for Innovation Performance. *Sustainability*, *10*(10), 3378.
- Cirella, S., Canterino, F., Guerci, M., & Shani, A. B. (2018). Organizational learning mechanisms and creative climate: Insights from an Italian fashion design company. *Creativity and Innovation Management*, *25*(2), 211-222.
- Cozzarin, B. P. (2017). Impact of organizational innovation on product and process innovation. *Economics of Innovation and New Technology*, *26*(5), 405–417.
- Dedahanov, A., Rhee, C., & Yoon, J. (2017). Organizational structure and innovation performance. *Career Development International*, *22*(4), 334–350.
- Dekoulou, P., & Trivellas, P. (2017). Organizational structure, innovation performance and customer relationship value in the Greek advertising and media industry. *Journal of Business & Industrial Marketing*, *32*(3), 385–397.
- Delshab, V., Winand, M., Sadeghi Boroujerdi, S., Hoeber, L., & Mahmoudian, A. (2020). The impact of knowledge management on performance in nonprofit sports clubs: the mediating role of attitude toward innovation, open innovation, and innovativeness. *European Sport Management Quarterly*, 1–22.
- Devece, C., Palacios-Marqués, D., Galindo-Martín, M., & Llopis-Albert, C. (2017). Information Systems Strategy and its Relationship With Innovation Differentiation and Organizational Performance. *Information Systems Management*, *34*(3), 250–264.
- Fadaki, M., Rahman, S., & Chan, C. (2020). Leagile supply chain: design drivers and business performance implications. *International Journal of Production Research*, *58*(18), 5601-5623.
- Foss, N. J., & Saebi, T. (2018). Business models and business model innovation: doi.org/10.15640/jcsit.v6n1a2 Between wicked and paradigmatic problems. *Long Range Planning*, *51*(1), 9–21.

- Frishammar, J., Richtner, A., Brattström, A., Magnusson, M., & Björk, J. (2019). Opportunities and challenges in the new innovation landscape: Implications for innovation auditing and innovation management. *European Management Journal*, 37(2), 151-164.
- Fuentes-Blasco, M., Moliner-Velázquez, B., Servera-francés, D., & Gil-Saura, I. (2017). Role of marketing and technological innovation on store equity, satisfaction and word-of-mouth in retailing. *Journal of Product & Brand Management*, 26(6), 650–666.
- Furue, N., & Washida, Y. (2017). Scanning and design thinking: organizational roles for innovation. *Foresight*, 19(4), 337–353.
- George, G., & Lin, Y. (2017). Analytics, innovation, and organizational adaptation. *Innovation*, 19(1), 16-22.
- Ghasemaghaei, M., & Calic, G. (2020). Assessing the impact of big data on firm innovation performance: Big data is not always better data. *Journal of Business Research*, 108, 147–162.
- Grimpe, C., Murmann, M., & Sofka, W. (2019). Organizational design choices of high-tech startups: How middle management drives innovation performance. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 13(3), 359-378.
- Grimpe, C., Sofka, W., Bhargava, M., & Chatterjee, R. (2017). R&D, Marketing Innovation, and New Product Performance: A Mixed Methods Study. *Journal of Product Innovation Management*, 34(3), 360–383.
- Hacklin, F., Björkdahl, J., & Wallin, M. (2018). Strategies for business model innovation: How firms reel in migrating value. *Long Range Planning*, 51(1), 82–110.
- Haneda, S., & Ito, K. (2018). Organizational and human resource management and innovation: Which management practices are linked to product and/or process innovation? *Research Policy*, 47(1), 194–208.
- Hannigan, T. R., Seidel, V. P., & Yakis-Douglas, B. (2018). Product innovation rumors as forms of open innovation. *Research Policy*, 47(5), 953–964.
- Hernandez, R., Sanchez, I., Zarate, J., Medina, D., Lo0.00li, T., y Arévalo, G. (2019). Information and Communication Technology (ICT) and. *Propósitos y Representaciones*, 1(1),1-40.
- Hernández-Sampieri, R., & Torres, C. P. M. (2018). Metodología de la investigación (Vol. 4). México eD. F DF: McGraw-Hill Interamericana. 1-15

- Higgins, J. P., Thomas, J., Chandler, J., Cumpston, M., Li, T., Page, M. J., & Welch, V. A. (Eds.). (2019). *Cochrane handbook for systematic reviews of interventions*. John Wiley & Sons. 1- 17.
- Hock, M., Clauss, T., & Schulz, E. (2017). The impact of organizational culture on a firm's capability to innovate the business model. *R&D Management*, 46(3), 433–450.
- Hsieh, Y. J., & Wu, Y. J. (2019). Entrepreneurship through the platform strategy in the digital era: Insights and research opportunities. *Computers in Human Behavior*, 95, 315-323.
- Joachim, G., Schlenker, N., Schlenker, K., & Frawley, S. (2020). Design thinking and sport for development: enhancing organizational innovation. *Managing Sport and Leisure*, 25(3), 175-202.
- Kraus, S., Roig-Tierno, N., & Bouncken, R. B. (2019). Digital innovation and venturing: an introduction into the digitalization of entrepreneurship. *Rev Manag Sci* 13: 519–528.
- Lázaro, B. E., Messino-Soza, A., Uribe, E. G., & Blanco-Ariza, A. B. (2020, June). Organizational learning: Current framework and opportunities: a systematic review. In 2020 15th Iberian Conference on Information Systems and Technologies (CISTI) (pp. 1-6).
- Li, S. (2020). Dynamic optimal control of a firm's product-process innovation with expected quality effects in a monopoly exhibiting network externality. *Journal of the Operational Research Society*, 1–23.
- Liao, S. H., Chen, C. C., Hu, D. C., Chung, Y. C., & Liu, C. L. (2017). Assessing the influence of leadership style, organizational learning and organizational innovation. *Leadership & organization development journal*, 590-609.
- Linares, G., y Pozzo, S. (2018). Metodología de una revisión sistemática. *Actas Urológicas Españolas*, 1(1),1-50.
- Marín-Idárraga, D. A., & Cuartas-Marín, J. C. (2018). Organizational structure and innovation: Analysis from the strategic co-alignment. *Academia*, 29 (4), 388-406.
- Marín-Idárraga, D. A., & Cuartas-Marín, J. C. (2019). Relación entre la innovación y el desempeño: Impacto de la intensidad competitiva y el slack organizacional. *Revista de Administração de Empresas*, 59, 95-107.

- Maxwell, J. A. (2019). *Diseño de investigación cualitativa* (Vol. 241006). Editorial Gedisa. 1-290
- Medrano, N., Cornejo-Cañamares, M., & Olarte-Pascual, C. (2020). The impact of marketing innovation on companies' environmental orientation. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 35(1), 1–12.
- Moher, D., Shamseer, L., Clarke, M., Ghersi, D., Liberati, A., Petticrew, M., y Stewart, L. (2017). Preferred reporting items for systematic review and meta-analysis protocols. Elaboration. *Research methods & reporting*, 1(1), 1-25.
- Moreno, B., Muñoz, M., Cuellar, J., Domancic, S., & Villanueva, J. (2018). Revisiones Sistemáticas: definición y nociones básicas. *Revista clínica de periodoncia, implantología y rehabilitación oral*, 11(3), 184-186.
- Mote, J., Jordan, G., Hage, J., Hadden, W., & Clark, A. (2018). Too big to innovate? Exploring organizational size and innovation processes in scientific research. *Science and Public Policy*, 43(3), 332–337.
- Ñaupas, H., Valdivia, M., Palacios, J., & Romero, H. (2018). Metodología de la investigación (Vol. 5). 1-20.
- Öberg, C., & Alexander, A. T. (2019). The openness of open innovation in ecosystems—Integrating innovation and management literature on knowledge linkages. *Journal of Innovation & Knowledge*, 4(4), 211-218.
- Ode, E., & Ayavoo, R. (2020). The mediating role of knowledge application in the relationship between knowledge management practices and firm innovation. *Journal of Innovation & Knowledge*, 5(3), 210-218.
- Patrício, L., Gustafsson, A., & Fisk, R. (2017). Upframing Service Design and Innovation for Research Impact. *Journal of Service Research*, 21(1), 3–16.
- Radnejad, A., Osiyevskyy, O., & Vredenburg, H. (2020). Barriers to radical process innovation: a case of environmental technology in the oil industry. *Journal of Strategy and Management*, ahead-of-print(ahead-of-print). 1-24.
- Raharjo, K., & Achmad, A. (2018). The influence of organizational culture and job design on job commitment and human resource performance. *Journal of Organizational Change Management*.1-22

- Rodrigues, L., & Correia, S. (2019). The importance of employees' engagement on the organizational success. *Journal of Promotion Management*, 25(3), 328-336
- Salazar Raymond, M. B., Icaza Guevara, M. D. F., & Alejo Machado, O. J. (2018). La importancia de la ética en la investigación. *Revista Universidad y Sociedad*, 10(1), 305-311.
- Sánchez-Gutiérrez, J., Cabanelas, P., Lampón, J., & González-Alvarado, T. (2018). The impact on competitiveness of customer value creation through relationship capabilities and marketing innovation. *Journal of Business & Industrial Marketing*. 1-11.
- Shujahat, M., Sousa, M. J., Hussain, S., Nawaz, F., Wang, M., & Umer, M. (2019). Translating the impact of knowledge management processes into knowledge-based innovation: The neglected and mediating role of knowledge-worker productivity. *Journal of Business Research*, 94, 442-450.
- Silvestre, B. S., & Țîrcă, D. M. (2019). Innovations for sustainable development: Moving toward a sustainable future. *Journal of Cleaner Production*, 208, 325-332.
- Sinenko, S., Poznakhirko, T., & Obodnikov, V. (2019). Automation of visualization process for organizational and technological design solutions. In *MATEC Web of Conferences* (Vol. 270, p. 05008). *EDP Sciences*. 1-6.
- Sjödin, D., Parida, V., Kohtamäki, M., & Wincent, J. (2020). An agile co-creation process for digital servitization: A micro-service innovation approach. *Journal of Business Research*, 112, 478-491.
- Snihur, Y. (2018). Responding to business model innovation: organizational unlearning and firm failure. *The Learning Organization*, 25(3), 190–198.
- Snihur, Y., & Wiklund, J. (2019). Searching for innovation: Product, process, and business model innovations and search behavior in established firms. *Long Range Planning*, 52(3), 305-325.
- Soboleva, E. (2018). Theoretical justification for development as an institution for the development of investment and construction. In *MATEC Web of Conferences* (Vol. 170, p. 01117). *EDP Sciences*. 1-5.

- Stephan, U., Patterson, M., Kelly, C., & Mair, J. (2018). Organizations driving positive social change: A review and an integrative framework of change processes. *Journal of Management*, 42(5), 1250-1281.
- Sun, Y., Liu, J., & Ding, Y. (2020). Analysis of the relationship between open innovation, knowledge management capability and dual innovation. *Technology Analysis & Strategic Management*, 32(1), 15-28.
- Tian, M., Deng, P., Zhang, Y., & Salmador, M. (2018). How does culture influence innovation? A systematic literature review. *Management Decision*, 56(5), 1088–1107.
- Trujillo, N., & Tallman, K. W. (2021). “A Library Within a Library”: Organizational Design as Perceived by Academic Government Information Librarians. *Journal of Library Administration*, 61(1), 21-41.
- Vahid., Winand, M., Sadeghi Boroujerdi, S., Hoeber, L., & Mahmoudian, A. (2020). The impact of knowledge management on performance in nonprofit sports clubs: the mediating role of attitude toward innovation, open innovation, and innovativeness. *European Sport Management Quarterly*, 1-22.
- Varadarajan, R. (2018). Innovation, Innovation Strategy, and Strategic Innovation. *Innovation and Strategy*, 143–166.
- Varadarajan, R., & Jayachandran, S. (Eds.). (2018). Innovation and Strategy. *Review of Marketing Research*. 143-166.
- Yang, Z., Nguyen, V., & Le, P. (2018). Knowledge sharing serves as a mediator between collaborative culture and innovation capability: an empirical research. *Journal of Business & Industrial Marketing*.958-969.
- Zeng, J., Zhang, W., Matsui, Y., & Zhao, X. (2017). The impact of organizational context on hard and soft quality management and innovation performance. *International Journal of Production Economics*, 185, 240–251.

ANEXOS

Anexo 1:

Lista de estudios

# Cód	Autores	Título
A7	Delshab et al (2020)	El impacto de la gestión del conocimiento en el desempeño en clubes deportivos sin fines de lucro: el papel mediador de la actitud hacia la innovación, la innovación abierta y la innovación.
A8	Mendling et al. (2020)	Construyendo una agenda complementaria para la gestión de procesos de negocio y la innovación digital. Revista europea de sistemas de información
A15	Ghasemaghahi & Calic (2020)	Evaluación del impacto de los macrodatos en el desempeño de la innovación empresarial: los macrodatos no siempre son mejores datos.
A16	Anning-Dorson (2017)	Efecto moderador-mediador de la demanda del mercado y la cultura organizacional sobre la relación entre innovación y desempeño.
A26	Ode & Ayavoo (2019)	El papel mediador de la aplicación del conocimiento en la relación entre las prácticas de gestión del conocimiento y la innovación empresarial.
A27	Sun et al. (2019)	Análisis de la relación entre innovación abierta, capacidad de gestión del conocimiento e innovación dual.
A28	Liao et al (2017)	Evaluar la influencia del estilo de liderazgo, el aprendizaje organizacional y la innovación organizacional.
A39	Al-Sada et al. (2017)	Influencia de la cultura organizacional y el estilo de liderazgo en la satisfacción, el compromiso y la motivación de los empleados en el sector educativo en Qatar.
A41	Dekoulou & Trivellas (2017)	Estructura organizativa, rendimiento de la innovación y valor de la relación con el cliente en la industria de medios y publicidad griega.
A42	Dedahanov et al. (2017)	Estructura organizativa y desempeño en innovación.
A44	Zeng, et al. (2017)	El impacto del contexto organizacional en la gestión de la calidad dura y blanda y el desempeño de la innovación.
A45	Baumgartner & Rauter (2017)	Perspectivas estratégicas de la gestión de la sostenibilidad corporativa para desarrollar una organización sostenible.
A47	Fuentes-Blasco et al. (2017)	El papel del marketing y la innovación tecnológica en la equidad de la tienda, la satisfacción y el boca a boca en el comercio minorista.
A48	Devece et al. (2017)	Estrategia de sistemas de información y su relación con la diferenciación de la innovación y el desempeño organizacional.
A54	Al-Musadieq et al. (2018)	El efecto mediador de la motivación laboral sobre la influencia del diseño del puesto y la cultura organizacional contra el desempeño de RRHH.
A55	Patton (2018)	Cambios: un modelo de gestión de conflictos para esfuerzos de rediseño organizacional
A56	Fjeldstad & Snow (2018)	Modelos de negocio y diseño organizativo. Planificación a largo plazo.
A57	Elsbach & Stigliani (2018)	Pensamiento de diseño y cultura organizacional: una revisión y un marco para la investigación futura.
A58	Raharjo & Fernandes (2018)	La influencia de la cultura organizacional y el diseño del puesto en el compromiso laboral y el desempeño de los recursos humanos.
A60	Varadarajan (2018)	Innovación, estrategia de innovación e innovación estratégica. Innovación y estrategia,
A61	Hacklin et al. (2018)	Estrategias para la innovación del modelo de negocio: cómo las empresas se recuperan de la migración de valor. Planificación a largo plazo.
A62	Sánchez-Gutiérrez et al. (2018)	El impacto en la competitividad de la creación de valor para el cliente a través de las capacidades de relación y la innovación de marketing.
A63	Chen et al. (2018)	Ajuste entre la cultura organizacional y la estrategia de innovación: implicaciones para el desempeño de la innovación.
A64	Tian et al. (2018)	¿Cómo influye la cultura en la innovación? Una revisión sistemática de la literatura.
A65	Yang et al. (2018)	El intercambio de conocimientos sirve como mediador entre la cultura colaborativa y la capacidad de innovación: una investigación empírica.
A66	Li, C. (2019).	Potenciador o inhibidor: El impacto de la inversión en vínculos políticos sobre el vínculo entre innovación empresarial y productividad.
A67	Burton et al. (2019)	El diseño organizacional de emprendimientos emprendedores.
A68	Grimpe et al. (2019)	Opciones de diseño organizacional de nuevas empresas de alta tecnología: cómo la gerencia media impulsa el desempeño de la innovación.
A71	Lemus-Aguilar et al. (2019)	Modelos de negocios sostenibles a través de la lente del diseño organizacional: una revisión sistemática de la literatura.
A72	Rodrigues & Correia (2019)	La importancia del compromiso de los empleados en el éxito organizacional.
A74	Masih et al. (2019)	Cadena de suministro flexible: impulsores del diseño y negocio implicaciones de rendimiento
A81	Wrigley et al. (2020)	Implementación del pensamiento de diseño: comprensión de las condiciones organizativas.
A83	Medrano et al. (2020)	El impacto de la innovación de marketing en la orientación medioambiental de las empresas.
A84	Haneda & Ito (2018)	Gestión e innovación organizacional y de recursos humanos: ¿Qué prácticas de gestión están vinculadas a la innovación de productos y / o procesos?

Anexo 2:

Lista de estudios seleccionados

# Cód	Autores	Título
A7	Delshab et al (2020)	El impacto de la gestión del conocimiento en el desempeño en clubes deportivos sin fines de lucro: el papel mediador de la actitud hacia la innovación, la innovación abierta y la innovación.
A15	Ghasemaghaei & Calic (2020)	Evaluación del impacto de los macrodatos en el desempeño de la innovación empresarial: los macrodatos no siempre son mejores datos.
A16	Anning-Dorson (2017)	Efecto moderador-mediador de la demanda del mercado y la cultura organizacional sobre la relación entre innovación y desempeño.
A26	Ode & Ayavoo (2019)	El papel mediador de la aplicación del conocimiento en la relación entre las prácticas de gestión del conocimiento y la innovación empresarial.
A27	Sun et al. (2019)	Análisis de la relación entre innovación abierta, capacidad de gestión del conocimiento e innovación dual.
A28	Liao et al (2017)	Evaluar la influencia del estilo de liderazgo, el aprendizaje organizacional y la innovación organizacional. Revista de desarrollo organizacional y de liderazgo
A39	Al-Sada et al. (2017)	Influencia de la cultura organizacional y el estilo de liderazgo en la satisfacción, el compromiso y la motivación de los empleados en el sector educativo en Qatar.
A41	Dekoulou & Trivellas (2017)	Estructura organizativa, rendimiento de la innovación y valor de la relación con el cliente en la industria de medios y publicidad griega.
A42	Dedahanov et al. (2017)	Estructura organizativa y desempeño en innovación.
A44	Zeng, et al. (2017)	El impacto del contexto organizacional en la gestión de la calidad dura y blanda y el desempeño de la innovación.
A47	Fuentes-Blasco et al. (2017)	El papel del marketing y la innovación tecnológica en la equidad de la tienda, la satisfacción y el boca a boca en el comercio minorista.
A48	Devece et al. (2017)	Estrategia de sistemas de información y su relación con la diferenciación de la innovación y el desempeño organizacional.
A54	Al-Musadieg et al. (2018)	El efecto mediador de la motivación laboral sobre la influencia del diseño del puesto y la cultura organizacional contra el desempeño de RRHH.
A56	Fjeldstad & Snow (2018)	Modelos de negocio y diseño organizativo. Planificación a largo plazo.
A58	Raharjo & Fernandes (2018)	La influencia de la cultura organizacional y el diseño del puesto en el compromiso laboral y el desempeño de los recursos humanos.
A61	Hacklin et al. (2018)	Estrategias para la innovación del modelo de negocio: cómo las empresas se recuperan de la migración de valor. Planificación a largo plazo.
A62	Sánchez-Gutiérrez et al. (2018)	El impacto en la competitividad de la creación de valor para el cliente a través de las capacidades de relación y la innovación de marketing.
A63	Chen et al. (2018)	Ajuste entre la cultura organizacional y la estrategia de innovación: implicaciones para el desempeño de la innovación.
A65	Yang et al. (2018)	El intercambio de conocimientos sirve como mediador entre la cultura colaborativa y la capacidad de innovación: una investigación empírica.
A66	Li, C. (2019).	Potenciador o inhibidor: El impacto de la inversión en vínculos políticos sobre el vínculo entre innovación empresarial y productividad.
A67	Burton et al. (2019)	El diseño organizacional de emprendimientos emprendedores.
A68	Grimpe et al. (2019)	Opciones de diseño organizacional de nuevas empresas de alta tecnología: cómo la gerencia media impulsa el desempeño de la innovación.
A71	Lemus-Aguilar et al. (2019)	Modelos de negocios sostenibles a través de la lente del diseño organizacional: una revisión sistemática de la literatura.
A72	Rodrigues da Costa & Correia (2019)	La importancia del compromiso de los empleados en el éxito organizacional.
A74	Masih et al. (2019)	Cadena de suministro flexible: impulsores del diseño y negocio implicaciones de rendimiento
A83	Medrano et al. (2020)	El impacto de la innovación de marketing en la orientación medioambiental de las empresas.
A84	Haneda & Ito (2018)	Gestión e innovación organizacional y de recursos humanos: ¿Qué prácticas de gestión están vinculadas a la innovación de productos y / o procesos?

Anexo 3: Tabla de hallazgos

COD.	DESCRIPCION	CATEGORIAS	MUESTRA	HALLAZGOS
A7	Delshab, V., Winand, M., Sadeghi Boroujerdi, S., Hoerber, L., & Mahmoudian, A. (2020). El impacto de la gestión del conocimiento en el desempeño en clubes deportivos sin fines de lucro: el papel mediador de la actitud hacia la innovación, la innovación abierta y la innovación. . <i>European Sport Management Quarterly</i> , 1–22. doi:10.1080/16184742.2020.1768572	Innovación abierta Innovación dual Innovación abierta e innovación dual Capacidad de gestión del conocimiento	No refiere	LIMITACION: para aprovechar el beneficio de la gestión del conocimiento, los clubes deportivos necesitan desarrollar una cultura organizacional más apropiada. HALLAZGO: demuestran que las organizaciones profesionales deportivas en Irán aplican la gestión del conocimiento, lo que ayuda a su organización a innovar más y desempeñarse mejor.
A15	Ghasemaghaei, M., & Calic, G. (2020). Evaluación del impacto de los macrodatos en el desempeño de la innovación empresarial: los macrodatos no siempre son mejores datos. . <i>Journal of Business Research</i> , 108, 147–162. doi:10.1016/j.jbusres.2019.09.062	Big data, aprendizaje organizacional y desempeño empresarial Big data e innovación Innovación y desempeño	Recopilamos datos de 239 gerentes y examinamos empíricamente las relaciones en el modelo propuesto	LIMITACION: no refiere. HALLAZGO: las organizaciones están más enfocadas en los empleados y en cómo diseñar y entregarles una mejor experiencia interna.
A16	Anning-Dorson, T. (2017). Efecto moderador-mediador de la demanda del mercado y la cultura organizacional sobre la relación entre innovación y desempeño. . <i>Marketing Intelligence & Planning</i> , 35(2), 222–242. doi:10.1108/mip-04-2016-0066	Innovación de productos y desempeño de la empresa Innovación, demanda del mercado y desempeño empresarial El papel mediador de la cultura organizacional	Este estudio, desde la perspectiva de los recursos, analiza las diferentes tipologías de sistemas de información (SI) y sus efectos en la estrategia y el desempeño de diferenciación de innovación de las empresas	LIMITACION: no refiere. HALLAZGO: la innovación de productos tiene un efecto positivo en el desempeño de la empresa.
A26	Ode, E., & Ayavoo, R. (2019). El papel mediador de la aplicación del conocimiento en la relación entre las prácticas de gestión del conocimiento y la innovación empresarial. . <i>Journal of Innovation & Knowledge</i> . doi:10.1016/j.jik.2019.08.002	Gestión del conocimiento	Muestra de 293 empresas de servicios en Nigeria	LIMITACION: estudios muy limitados han proporcionado evidencia empírica que vincula las prácticas de gestión del conocimiento con la innovación a nivel de empresa. HALLAZGO: muestran que la aplicación del conocimiento media la relación entre la generación, la difusión, el almacenamiento y la innovación empresarial del conocimiento
A27	Sun, Y., Liu, J., & Ding, Y. (2019). Análisis de la relación entre innovación abierta, capacidad de gestión del conocimiento e innovación dual. . <i>Technology Analysis & Strategic Management</i> , 1–14. doi:10.1080/09537325.2019.1632431	Innovación abierta Innovación dual Innovación abierta e innovación dual Papel mediador de la capacidad de gestión del conocimiento	No refiere	LIMITACION: además del tamaño, la edad, la naturaleza y la industria de las empresas controladas por este estudio, hay muchos factores corporativos en la mejora de la innovación dual HALLAZGO: no indica

COD.	DESCRIPCION	CATEGORÍAS	MUESTRA	HALLAZGOS
A28	Liao, S.-H., Chen, C.-C., Hu, D.-C., Chung, Y.-C., & Liu, C.-L. (2017). Evaluar la influencia del estilo de liderazgo, el aprendizaje organizacional y la innovación organizacional. <i>Revista de desarrollo organizacional y liderazgo</i> , 38(5), 590–609. doi:10.1108/loj-11-2015-0261	Liderazgo Aprendizaje organizacional Innovación organizacional	El modelado de ecuaciones estructurales se emplea para evaluar el grado de influencia que cada variable tiene sobre las demás y si sus relaciones difieren en diferentes industrias. Este estudio investiga una selección de empresas de las 100 principales empresas financieras y las 1000 principales empresas de alta tecnología en Taiwán en 2012 como población. Se recopiló un total de 377 respuestas válidas entre 2012 y 2013.	LIMITACION: Muchas empresas intentan introducir prácticas de autoevaluación en sus funciones comerciales, pero sin éxito. HALLAZGO: revelaron que existe un impacto significativo de la motivación inspiradora como una dimensión de liderazgo transformacional.
A39	Al-Sada, M., Al-Esmael, B., & Faisal, M. N. (2017). Influencia de la cultura organizacional y el estilo de liderazgo en la satisfacción, el compromiso y la motivación de los empleados en el sector educativo en Qatar. <i>EuroMed Journal of Business</i> , 12(2), 163–188. doi:10.1108/emjb-02-2016-0003	Cultura organizacional Estilo de liderazgo Motivación laboral Satisfacción laboral	El estudio se realizó mediante un cuestionario con un tamaño de muestra de 364 empleados	LIMITACION: los encuestados consideraron que algunos de los elementos de la escala de cultura organizacional no eran claros. HALLAZGO: Se observaron relaciones positivas significativas entre la cultura de apoyo y la satisfacción laboral.
A41	Dekoulou, P., & Trivellas, P. (2017). Estructura organizativa, rendimiento de la innovación y valor de la relación con el cliente en la industria de medios y publicidad griega. <i>Journal of Business & Industrial Marketing</i> , 32(3), 385–397. doi:10.1108/jbim-07-2015-0135	Estructura organizativa Supervisión Desempeño de la innovación	la base de una muestra de 180 ejecutivos, que están al frente de 163 organizaciones de medios y publicidad griegas,	LIMITACION: se adoptaron cuestionarios autoadministrados, que pueden plantear problemas metodológicos. HALLAZGO: la capacitación impulsa la capacidad de la organización para innovar, mientras que la supervisión directa como mecanismo de coordinación restringe significativamente esta capacidad.
A42	Dedahanov, A. T., Rhee, C., & Yoon, J. (2017). Estructura organizativa y desempeño en innovación. <i>Career Development International</i> , 22(4), 334–350. doi:10.1108/cdi-12-2016-0234	Centralización y comportamiento innovador Formalización y comportamiento innovador Integración y comportamiento innovador	Recopilaron datos de 140 gerentes funcionales de organizaciones de fabricación en la República de Corea.	LIMITACION: no refiere. HALLAZGO: indican que el comportamiento innovador no media la relación entre la integración y el desempeño de la innovación organizacional.
A44	Zeng, J., Zhang, W., Matsui, Y., & Zhao, X. (2017). El impacto del contexto organizacional en la gestión de la calidad dura y blanda y el desempeño de la innovación. <i>International Journal of Production Economics</i> , 185, 240–251. doi:10.1016/j.jpe.2016.12.031	Centralización de autoridad Integración entre funciones Relación entre gestión de calidad y desempeño en innovación	La muestra está formada por 238 empresas	LIMITACION: este estudio utiliza encuestas datos subjetivos y cualitativos. HALLAZGO: una estructura organizativa descentralizada y un alto nivel de integración entre las funciones son muy útiles.

COD.	DESCRIPCION	CATEGORIAS	MUESTRA	HALLAZGOS
A47	Fuentes-Blasco, M., Moliner-Velázquez, B., Servera-Francés, D., & Gil-Saura, I. (2017). El papel del marketing y la innovación tecnológica en la equidad de la tienda, la satisfacción y el boca a boca en el comercio minorista. <i>Journal of Product & Brand Management</i> , 26(6), 650–666. doi:10.1108/jpbm-07-2016-1279	Marketing e innovación tecnológica Satisfacción	820 clientes minoristas de abarrotes, ropa, muebles y tienda de electrónica	LIMITACION: la escala de innovación de marketing es demasiado general. HALLAZGO: la imagen de la tienda tiene el mayor impacto en la satisfacción del cliente y la satisfacción es un antecedente muy importante del comportamiento de boca en boca.
A48	Devece, C., Palacios-Marqués, D., Galindo-Marín, M.-A., & Llopis-Albert, C. (2017). Estrategia de sistemas de información y su relación con la diferenciación de la innovación y el desempeño organizacional. <i>Information Systems Management</i> , 34(3), 250–264. doi:10.1080/10580530.2017.1330002	Estrategia de SI Estrategia innovadora de SI Estrategia conservadora de SI	No refiere	LIMITACION: La generalización de los resultados está limitada por la utilización de una sola industria en la muestra. HALLAZGO: las TI no cuentan con las características necesarias para ser una fuente de ventaja competitiva por sí mismas debido a su imitabilidad.
A54	Al-Musadieq, M., Raharjo, K., Solimun, S., & Achmad Rinaldo Fernandes, A. (2018). El efecto mediador de la motivación laboral sobre la influencia del diseño del puesto y la cultura organizacional contra el desempeño de RRHH. <i>Journal of Management Development</i> , 37(6), 452–469. doi:10.1108/jmd-07-2017-0239	La innovación de servicios La oferta de servicios innovadores	La unidad de análisis de esta investigación es la mano de obra experta y calificada de actores del servicio de construcción que trabajan en la consultora nacional PT. Yodya Karya (Persero) en el nivel central y sucursales repartidas en 11 sucursales en territorio indonesio	LIMITACION: la recopilación de datos es una limitación ya que puede haber un sesgo de evaluación debido al nivel de comprensión de las preguntas de percepción. HALLAZGO: la motivación media la influencia del diseño del trabajo en el desempeño de RRHH.
A56	Fieldstad, Ø. D., & Snow, C. C. (2018). Modelos de negocio y diseño organizativo. <i>Planificación a largo plazo. Long Range Planning</i> , 51(1), 32–39. doi:10.1016/j.lrp.2017.07.008	Dimensión operativa Dimensión dinámica Cadena de valor Red de valor Tienda de valor	No refiere	LIMITACION: no refiere. HALLAZGO: Los gerentes pueden beneficiarse utilizando el concepto de modelo de negocio en sus estrategias y toma de decisiones.
A58	Raharjo, K., & Achmad Rinaldo Fernandes, A. (2018). La influencia de la cultura organizacional y el diseño del puesto en el compromiso laboral y el desempeño de los recursos humanos. <i>Journal of Organizational Change Management</i> . doi:10.1108/jocm-07-2017-0286	El diseño de puestos de trabajo El desempeño laboral La cultura	La muestra que se utilizó consistió en 100 empleados para cada empresa, un total de 400.	LIMITACION: el enriquecimiento laboral sigue siendo un enfoque continuo. HALLAZGO: la satisfacción en el trabajo se asocia positivamente con la participación en el diseño del trabajo.
A61	Hacklin, F., Björkdahl, J., & Wallin, M. W. (2018). Estrategias para la innovación del modelo de negocio: cómo las empresas se recuperan de la migración de valor. <i>Planificación a largo plazo. Long Range Planning</i> , 51(1), 82–110. doi:10.1016/j.lrp.2017.06.009	la innovación del modelo de negocio	Datos cualitativos de 14 casos y 68 entrevistas en las industrias de la informática y las telecomunicaciones.	LIMITACION: no refiere. HALLAZGO: implementación de forma proactiva un modelo de negocio actualizado.

COD.	DESCRIPCION	CATEGORÍAS	MUESTRA	HALLAZGOS
A62	Sánchez-Gutiérrez, J., Cabanelas, P., Lampón, J. F., & González-Avarado, T. E. (2018). El impacto en la competitividad de la creación de valor para el cliente a través de las capacidades de relación y la innovación de marketing. <i>Journal of Business & Industrial Marketing</i> . doi:10.1108/jbim-03-2017-0081	Capacidad de relación gerencial y creación de valor: la importancia de las relaciones Innovación en marketing y creación de valor	450 pequeñas y medianas empresas (Pymes) de la industria del mueble en el área metropolitana de Guadalajara (México)	LIMITACION: solo los altos directivos respondieron los cuestionarios, por lo que los resultados podrían diferir si los niveles inferiores tuvieran voz. HALLAZGO: no indica.
A63	Chen, Z., Huang, S., Liu, C., Min, M., & Zhou, L. (2018). Ajuste entre la cultura organizacional y la estrategia de innovación: implicaciones para el desempeño de la innovación. <i>Sustainability</i> , 10(10), 3378. doi:10.3390/su10103378	Estrategia de innovación Cultura organizacional	Se recopilaron datos de 183 chinos Organizaciones.	LIMITACION: solo los altos directivos respondieron los cuestionarios, por lo que los resultados podrían diferir si los niveles inferiores tuvieran voz. HALLAZGO: los gerentes deben priorizar el reposicionamiento de los beneficios resultantes de la estrategia de innovación.
A65	Yang, Z., Nguyen, V. T., & Le, P. B. (2018). El intercambio de conocimientos sirve como mediador entre la cultura colaborativa y la capacidad de innovación: una investigación empírica. <i>Journal of Business & Industrial Marketing</i> , 33(7), 958–969. doi:10.1108/jbim-10-2017-0245	innovación de productos innovación de procesos	Este documento utilizó el modelado de ecuaciones estructurales para examinar el nivel de cómo la cultura y el conocimiento colaborativos compartir el impacto en dos tipos de capacidades de innovación (innovación de productos e innovación de procesos) basado en el uso de datos recopilados de 77 chinos firmas.	LIMITACION: este estudio no ha evaluado la relación entre las variables latentes bajo los impactos de las variables moderadoras de las características individuales. HALLAZGO: este estudio ha proporcionado una base teórica que se puede utilizar para analizar las relaciones entre CC, KS y dos específicos tipos de capacidad de innovación.
A66	Li, C. (2019). Enhancing or inhibiting: Potenciador o inhibidor: El impacto de la inversión en vínculos políticos sobre el vínculo entre innovación empresarial y productividad. <i>International Business Review</i> , 101636. doi: 10.1016/j.ibusrev.2019.101636	innovación de procesos la innovación de productos	base en una muestra de 9693 empresas en 27 economías en transición	LIMITACION: el uso de datos de encuestas transversales limita la inferencia de las relaciones causales. HALLAZGO: la innovación organizacional juega un papel aún más importante en la mejora de la productividad en las economías en transición.
A67	Burton, M. D., Colombo, M. G., Rossi-Lamastra, C., & Wasserman, N. (2019). El diseño organizacional de emprendimientos emprendedores. <i>Strategic Entrepreneurship Journal</i> . doi:10.1002/sej.1332	Estrategias de la cadena de suministro para abordar y controlar la incertidumbre Reestructuración de la organización de la investigación y desarrollo	Estudiar el diseño organizacional de los emprendimientos empresariales implica investigar cómo los empresarios diseñan la estructura	LIMITACION: Los miembros del equipo empresarial reconsideren la asignación de acciones de capital a medida que se enfrentan a circunstancias cambiantes, y una "lógica de equidad dinámica." HALLAZGO: Las fuerzas inerciales están operando dentro de las empresas empresariales que inicialmente adoptan una lógica de equidad, preservando la asignación inicial de los derechos de decisión incluso cuando el entorno cambia.
A68	Grimpe, C., Murmann, M., & Sofka, W. (2019). Opciones de diseño organizacional de nuevas empresas de alta tecnología: cómo la gerencia media impulsa el desempeño de la innovación. <i>Strategic Entrepreneurship Journal</i> . doi:10.1002/sej.1330	startups El papel de la atención empresarial para el proceso de innovación Mandos intermedios y su efecto en la atención empresarial a la innovación	Estas hipótesis son respaldadas por un análisis de 2.431 empresas alemanas de alta tecnología startups fundadas entre 2005 y 2012	LIMITACION: la investigación investiga solo una opción individual de diseño organizacional. HALLAZGO: los startups de alta tecnología con mandos intermedios tienen una mayor probabilidad de introducir innovaciones de productos.

COD.	DESCRIPCION	CATEGORIAS	MUESTRA	HALLAZGOS
A71	Lemus-Aguilar, Morales-Alonso, Ramirez-Portilla, & Hidalgo. (2019). Modelos de negocios sostenibles a través de la lente del diseño organizacional: una revisión sistemática de la literatura. <i>Sustainability</i> , 11(19), 5379. doi:10.3390/su11195379	Modelos de negocios sostenibles Diseño organizacional Modelos de negocios sostenibles y diseño de negocios sostenibles	394 artículos	LIMITACION: la búsqueda de artículos estaba limitado a dos bases de datos científicas (Scopus y WoK). HALLAZGO: la ejecución de esta estrategia es posible gracias a la configuración de un diseño organizacional alineado con el modelo de negocio.
A72	Rodrigues da Costa, L., & Maria Correia Loureiro, S. (2019). La importancia del compromiso de los empleados en el éxito organizacional. <i>Journal of Promotion Management</i> , 1–9. doi:10.1080/10496491.2019.1557811	Gestión de recursos humanos Innovación de procesos	Este estudio pretende analizar la influencia de los empleados	LIMITACION: no refiere. HALLAZGO: las organizaciones están más enfocadas en los empleados y en cómo diseñar y entregarles una mejor experiencia interna.
A74	Masih Fadaki, Shams Rahman & Caroline Chan (2019) Cadena de suministro flexible: impulsores del diseño y negocio implicaciones de rendimiento doi:10.1080/00207543.2019.1693660	Tipos de incertidumbre de la cadena de suministro Incertidumbre de la demanda Incertidumbre de suministro Incertidumbre interna Estrategias de la cadena de suministro para abordar y controlar la incertidumbre	Se emplearon para analizar los datos recopilados de 299 empresas australianas mediante la administración de un cuestionario estructurado.	LIMITACION: Una limitación de este estudio está relacionada con los constructos de incertidumbre que se han utilizado para estimar el concepto de incertidumbre. HALLAZGO: En un alto nivel de incertidumbre, existen dos tipos de modelos de cadena de suministro.
A83	Medrano, N., Cornejo-Cañamares, M., & Olarte-Pascual, C. (2020). El impacto de la innovación de marketing en la orientación medioambiental de las empresas. <i>Journal of Business & Industrial Marketing</i> , 35(1), 1–12. doi:10.1108/jbim-10-2018-0319	Innovación en marketing Orientación medioambiental innovación del marketing	6.435 empresas españolas durante el periodo 2013-2015. Para examinar el efecto de innovación de marketing y la orientación medioambiental.	LIMITACION: Una posible limitación es la medición de las variables" innovación de marketing" y "orientación ambiental". HALLAZGO: el único indicador, "innovación de marketing," incluye las cuatro dimensiones del área de marketing, innovación en diseño, comunicación, distribución y precios.
A84	Haneda, S., & Ito, K. (2018). Gestión e innovación organizacional y de recursos humanos: ¿Qué prácticas de gestión están vinculadas a la innovación de productos y / o procesos? <i>Research Policy</i> , 47(1), 194–208. doi:10.1016/j.respol.2017.10.008	Cooperación y coordinación entre unidades de negocio o divisiones Gestión de recursos humanos Reestructuración de la organización de la investigación y desarrollo Innovación de productos o procesos Complementariedad entre las prácticas de gestión	Encuesta Nacional de Innovación de Japón.	LIMITACION: no se puede controlar la importancia relativa de los pagos de incentivos y la evaluación del personal o los vínculos potenciales entre ellos HALLAZGO: implementar más de una práctica de gestión al mismo tiempo se asocia con una mayor probabilidad de innovar nuevos productos.

Anexo 4: Rejilla de revisión sistemática

COD.	Referencia de la fuente (artículo indizado)	Revista	Metodología	Palabras claves	Muestra	Hallazgos - Conclusiones	Recomendaciones	Limitaciones del estudio
A7	Delshab, V., Winand, M., Sadeghi Boroujerdi, S., Hoeber, L., & Mahmoudian, A. (2020). El impacto de la gestión del conocimiento en el desempeño en clubes deportivos sin fines de lucro: el papel mediador de la actitud hacia la innovación, la innovación abierta y la innovación. . <i>European Sport Management Quarterly</i> , 1–22. doi:10.1080/16184742.2020.1768572	<i>European Sport Management Quarterly</i>	Cuantitativo	Conocimiento administrativo procesos; innovación conceptos; actitud; actuación; perspectiva multidimensional	No refiere	En conclusión es necesario realizar investigaciones para definir, explorar y analizar la aplicabilidad del IMC a oficinas de transferencia de tecnología, así como examinar las formas en que esos agentes pueden contribuir a la transformación de una empresa. Pag 123.	Recomiendan que un investigador debe seguir los principios teóricos marco, identificar y evaluar explicaciones rivales y hacer una descripción de caso.	Tomar decisiones informadas entre las compensaciones entre la explotación y las tensiones de exploración. que en última instancia limitan cualquier elección de estrategias, acciones y diseño de la organización incluyendo y en particular la de elegir el IMC y la evolución. pag 124
A15	Ghasemaghaei, M., & Calic, G. (2020). Evaluación del impacto de los macrodatos en el desempeño de la innovación empresarial: los macrodatos no siempre son mejores datos. . <i>Journal of Business Research</i> , 108, 147–162. doi:10.1016/j.jbusres.2019.09.062	<i>Journal of Business Research</i>	Cuantitativo	Big data Velocidad de datos Variedad de datos Volumen de datos Rendimiento de innovación Rendimiento empresarial	recopilamos datos de 239 gerentes y examinamos empiricamente las relaciones en el modelo propuest	concluyeron que el conocimiento genera por corrientes dispersas de literaturas son beneficiosas para avanzar en nuestra comprensión de lapor invitado el 20 de abril de la relación entre las organizaciones de mercado y la sociedad	Recomendaron que desarrollaran un marco integrador que especifique dos estrategias distintas	Aunque no hay limitaciones explícitas,
A16	Anning-Dorson, T. (2017). Efecto moderador-mediador de la demanda del mercado y la cultura organizacional sobre la relación entre innovación y desempeño.. <i>Marketing Intelligence & Planning</i> , 35(2), 222–242. doi:10.1108/mip-04-2016-0066	<i>Marketing Intelligence & Planning</i>	Cualitativo	Sistemas de información estrategia; innovación diferenciación; desempeño de la organización; vista bajo recurso.	Este estudio, desde la perspectiva de los recursos, analiza las diferentes tipologías de información	concluyeron que en si la empresa fortalece sus hábitos podran tener un mejor lazo empresarial	recomendaron que se pueda realizar un estudio para determinar el grado de identidad cultural hacia la empresa	La primera limitación de este estudio está asociada con la metodología utilizada. El uso de preguntas autoadministradas y la medición subjetiva de la variable dependiente, en este caso el desempeño organizacional mance, de sesgos.

COD.	Referencia de la fuente (artículo indizado)	Revista	Metodología	Palabras claves	Muestra	Hallazgos - Conclusiones	Recomendaciones	Limitaciones del estudio
A26	Ode, E., & Ayavoo, R. (2019). El papel mediador de la aplicación del conocimiento en la relación entre las prácticas de gestión del conocimiento y la innovación empresarial. . Journal of Innovation & Knowledge. doi:10.1016/j.jik.2019.08.002	Journal of Innovation & Knowledge	Cuantitativo	Gestión del conocimiento Almacenamiento del conocimiento Difusión del conocimiento Generación del conocimiento Innovación empresarial Servicios	muestra de 293 empresas de servicios en Nigeria	concluyeron que la mayoría de las estrategias de OI están sujetas a rendimientos marginales decrecientes de la innovación industrial y económica rendimiento de la instalación	Recomendaron que aumentar el número de colaboración activa	Este estudio tiene las siguientes limitaciones
A27	Sun, Y., Liu, J., & Ding, Y. (2019). Análisis de la relación entre innovación abierta, capacidad de gestión del conocimiento e innovación dual. . Technology Analysis & Strategic Management, 1-14. doi:10.1080/09537325.2019.1632431	Technology Analysis & Strategic Management	Cuantitativo	Innovación abierta; capacidad de gestión del conocimiento; innovación dual; porcelana	No refiere	En conclusión es necesario realizar investigaciones para definir, explorar y analizar la aplicabilidad del IMC a oficinas de transferencia de tecnología, así como examinar las formas en que esos agentes pueden contribuir a la transformación de una empresa, con el objetivo de volverse innovadora, competitiva, y por tanto, seguir siendo sostenible. Pag 123.	Recomiendan que un investigador debe seguir los principios teóricos marco, identificar y evaluar explicaciones rivales y hacer una descripción de caso.	Tomar decisiones informadas entre las compensaciones entre la explotación y las tensiones de exploración. que en última instancia limitan cualquier elección de diseño de la organización incluyendo y en particular la de elegir el IMC y la evolución. pag 124
A28	Liao, S.-H., Chen, C.-C., Hu, D.-C., Chung, Y.-C., & Liu, C.-L. (2017). Evaluar la influencia del estilo de liderazgo, el aprendizaje organizacional y la innovación organizacional. Revista de desarrollo organizacional y de liderazgo. Development Journal, 38(6), 590-609. doi:10.1108/loj-11-2015-0261	Leadership & Organization Development Journal	Cuantitativo	Aprendizaje organizacional, Estilo de liderazgo, Innovación organizacional, Efecto moderador	Se recopilaron un total de 377 respuestas válidas entre 2012 y 2013.	Concluyeron que es importante realizar investigaciones para poder definir, explorar y analizar los cambios en una organización.	Recomendaron que identificar y evaluar las áreas menos productivas de una empresa y diseñar nuevas opciones.	Expectativas poco realistas para el desempeño del modelo y el organización en cuestión. Esto no ha sido ayudado por la exageración asociada con estilos de liderazgo.

COD.	Referencia de la fuente (artículo indizado)	Revista	Metodología	Palabras claves	Muestra	Hallazgos - Conclusiones	Recomendaciones	Limitaciones del estudio
A39	Al-Sada, M., Al-Esmael, B., & Faisal, M. N. (2017). Influencia de la cultura organizacional y el estilo de liderazgo en la satisfacción, el compromiso y la motivación de los empleados en el sector educativo en Qatar.. EuroMed Journal of Business, 12(2), 163–188. doi:10.1108/emjb-02-2016-0003	EuroMed Journal of Business	Cuantitativo	Cultura organizacional, estilo de liderazgo, satisfacción laboral, compromiso organizacional, Qatar	El estudio se realizó mediante un cuestionario con un tamaño de muestra de 364 empleados	Se observaron relaciones positivas significativas entre la cultura de apoyo y la satisfacción laboral; cultura solidaria y compromiso organizacional; liderazgo participativo solidario y satisfacción laboral; liderazgo directivo y satisfacción laboral; satisfacción laboral y motivación laboral; satisfacción laboral y compromiso organizacional. p2.	Estudios futuros podría explorar el impacto de la demografía, como la edad, el género, el nivel educativo, la antigüedad y el salario en la satisfacción laboral, el compromiso organizacional y la motivación laboral. P26.	Debido a limitaciones de tiempo, esta investigación se basó en un enfoque transversal en el que se recopilaban datos de una población en un solo momento. P26
A41	Dekoulou, P., & Trivellas, P. (2017). Estructura organizativa, rendimiento de la innovación y valor de la relación con el cliente en la industria de medios y publicidad griega.. Journal of Business & Industrial Marketing, 32(3), 385–397. doi:10.1108/jbim-07-2015-0135	Journal of Business & Industrial Marketing	Cuantitativo	Estructura organizativa, innovación, relación comprador-vendedor, rendimiento,	la base de una muestra de 180 ejecutivos, que están al frente de 163 organizaciones de medios y publicidad griegas,	Se puede concluir que en el contexto de la publicidad y la industria de los medios griegos, la capacitación y la supervisión directa son las dos dimensiones de la estructura organizacional que influyen de manera crítica positiva y negativamente en la capacidad de la organización para innovar. p11	Los hallazgos han revelado que la capacitación impulsa la capacidad de la organización para innovar, mientras que la supervisión directa como mecanismo de coordinación restringe significativamente esta capacidad. El rendimiento de la innovación en el mercado de publicidad.	No explica
A42	Dedahanov, A. T., Rhee, C., & Yoon, J. (2017). Estructura organizativa y desempeño en innovación. Career Development International, 22(4), 334–350. doi:10.1108/cdi-12-2016-0234	Career Development International	Cuantitativo	Integración, comportamiento innovador, desempeño en innovación, formalización, centralización.	Recopilaron datos de 140 gerentes funcionales de organizaciones de fabricación en la República de Corea.	Este hallazgo llevó a la conclusión de que las organizaciones' La renuencia a involucrar a los empleados en el proceso de toma de decisiones podría darles la percepción de que sus opiniones no fueron valoradas y que compartir información dentro de la organización era inútil. p 342	Los resultados sugieren que el comportamiento innovador media los vínculos entre la centralización, la formalización y el desempeño de la innovación organizacional.	El estudio examinó el papel mediador del comportamiento innovador entre tres elementos de las estructuras organizacionales (es decir, centralización, formalización e integración) y el desempeño de la innovación organizacional.

COD.	Referencia de la fuente (artículo indizado)	Revista	Metodología	Palabras claves	Muestra	Hallazgos - Conclusiones	Recomendaciones	Limitaciones del estudio
A44	Zeng, J., Zhang, W., Matsui, Y., & Zhao, X. (2017). El impacto del contexto organizacional en la gestión de la calidad dura y blanda y el desempeño de la innovación.. International Journal of Production Economics, 185, 240–251. doi:10.1016/j.ijpe.2016.12.031	International Journal of Production Economics	Cuantitativo	Contexto organizacional, gestión de la calidad, desempeño en innovación.	La muestra está formada por 238 empresas	Sus hallazgos indican que estos factores tuvieron un efecto significativo en la adopción de medidas administrativas innovaciones. Así, la implementación de innovación administrativa, como gestión de calidad, y sus efectos sobre el desempeño organizacional, como el desempeño en innovación.	Este estudio debe realizar la innovación, ponerlo en practica en la organización para que obtenga mejores resultados.	Esta investigación ha contado con diferentes limitaciones, no contaban con una data actualizada, no contaban con un elemento de medición para poder realizar la comparación.
A47	Fuentes-Blasco, M., Moliner-Velázquez, B., Servera-Francés, D., & Gil-Saura, I. (2017). El papel del marketing y la innovación tecnológica en la equidad de la tienda, la satisfacción y el boca a boca en el comercio minorista. Journal of Product & Brand Management, 26(6), 650–666. doi:10.1108/jpbm-07-2016-1279	Journal of Product & Brand Management	Cuantitativo	Innovación, TIC, imagen, satisfacción, boca-oído, retailing.	820 clientes minoristas de abarrotes, ropa, muebles y tienda de electrónica	concluyeron que la satisfacción y posterior recomendación a través de la imagen de tienda	recomendaron que la innovación tecnológica es más importante que la innovación de marketing para dar forma a la imagen	Entre las limitaciones destacarla escala de innovación de marketing es demasiado general y un análisis futuro debería utilizar una escala que refleje diferentes dimensiones
A48	Devece, C., Palacios-Marqués, D., Galindo-Martín, M.-Á., & Llopi-Albert, C. (2017). Estrategia de sistemas de información y su relación con la diferenciación de la innovación y el desempeño organizacional. Information Systems Management, 34(3), 250–264. doi:10.1080/10580530.2017.1330002	Information Systems Management	Cuantitativo	toma de decisiones, estrategias , innovaciones	No refiere	concluyeron que la estrategia de negocio son independientes las organizaciones, ya que una diferenciación innovadora	Recomendaron que ayudaran en la toma de decisiones.sobre qué estrategia es mejor para obtener ventajas en general y, en particular, en el apoyodiferenciación de la innovación	La primera limitación de este estudio está asociada con la metodología utilizada. El uso de preguntas autoadministradas y la medición subjetiva de la variable dependiente, en este caso el desempeño organizacional mance, siempre está sujeto a diferentes tipos de sesgos.

CO D.	Referencia de la fuente (artículo indizado)	Revista	Metodología	Palabras claves	Muestra	Hallazgos - Conclusiones	Recomendaciones	Limitaciones del estudio
A54	Al-Musaddeq, M., Raharjo, K., Solimun, S., & Achmad Rinaldo Fernandes, A. (2018). El efecto mediador de la motivación laboral sobre la influencia del diseño del puesto y la cultura organizacional contra el desempeño de RRRH. <i>Journal of Management Development</i> , 37(6), 452-469. doi:10.1108/jmd-07-2017-0239	Journal of Management Development	Cuantitativo	Cultura organizacional, Análisis de trayectoria, Desempeño de recursos humanos, Test de Sobel, Motivación laboral	La unidad de análisis de esta investigación es la mano de obra experta y calificada de Actores del servicio de construcción que trabajan en la consultora de 11 sucursales en territorio indonesio	concluir varias cosas como: hay una influencia directa significativa del diseño del trabajo en el desempeño de los recursos humanos y el trabajo motivación; Existe una influencia directa significativa de la cultura organizacional en el trabajo. Motivación y desempeño de recursos humanos.	Este estudio es un estudio perspicaz con la intención de examinar el alcance de los efectos de factores organizacionales, diseño de puestos y cultura organizacional, sobre el comportamiento individual factores como la motivación laboral y el desempeño de los recursos. PAG 13	Los futuros investigadores deberían abordar estas limitaciones. Esfuerzos para revisar el Estudio de variables indicadoras y elementos del enunciado que sean compatibles con la Arlos temas de los servicios de consultoría de construcción pueden considerar los siguientes aspectos. PAG 13
A56	Fjeldstad, Ø. D., & Snow, C. C. (2018). Modelos de negocio y diseño organizativo. <i>Planificación a largo plazo. Long Range Planning</i> , 51(1), 32-39. doi:10.1016/j.lrp.2017.07.008	Long Range Planning	Cualitativo	Modelos de negocio, Innovación del modelo de negocio, Valor con Diseño de organización de duración		Recopilación de datos teóricos	Los hallazgos se hacen más interpretables y Ofrecemos varias recomendaciones prácticas sobre modelos de negocio y valorización.	No explica
A58	Raharjo, K., & Achmad Rinaldo Fernandes, A. (2018). La influencia de la cultura organizacional y el diseño del puesto en el compromiso laboral y el desempeño de los recursos humanos. <i>Journal of Management. doi:10.1108/jocm-07-2017-0286</i>	Journal of Organizational Change Management	Cuantitativo	Cultura organizacional, Diseño de puestos, Compromiso laboral, Desempeño de RRRH	La muestra que se utilizó consistió en 100 empleados para cada empresa, un total de 400.	Se puede concluir que las variables Diseño del puesto y Cultura organizacional tienen un efecto directo significativo en el Compromiso laboral. Asimismo, el efecto de la cultura organizacional y el compromiso laboral en el desempeño de los recursos humanos también es significativo.	Al realizar los cambios muestra un resultado diferente en el resultado del efecto directo de la variable Diseño de puestos sobre la variable Desempeño de recursos humanos, lo que indica que la variable Diseño de puestos.	el enriquecimiento laboral sigue siendo un enfoque continuo, y la investigación en curso proporciona evidencia de que el enriquecimiento laboral beneficia. Los empleados se vuelven más creativos cuando trabajan en contextos laborales complejos, desafiantes, de apoyo y de supervisión

COD.	Referencia de la fuente (artículo indizado)	Revista	Metodología	Palabras claves	Muestra	Hallazgos - Conclusiones	Recomendaciones	Limitaciones del estudio
A61	Hacklin, F., Björkdahl, J., & Wallin, M. W. (2018). Estrategias para la innovación del modelo de negocio: cómo las empresas se recuperan de la migración de valor. <i>Planificación a largo plazo. Long Range Planning</i> , 51(1), 82–110. doi:10.1016/j.lrp.2017.06.009	Long Range Planning	Cualitativo	estrategia, modelo de negocio, planificación	datos cualitativos de 14 casos y 68 entrevistas en las industrias de la informática y las telecomunicaciones	concluyeron que cierto grado de satisfacción de la empresa son por los métodos utilizados	Recomendaron todo cambio organizacional lleva a una innovación de estructura industrial	Una limitación de este estudio, al estudio la sustitución proactiva de elementos algo que es clave en las organizaciones y esta para ser más explorado
A62	Sánchez-Gutiérrez, J., Cabanelas, P., Lampón, J. F., & González-Alvarado, T. E. (2018). El impacto en la competitividad de la creación de valor para el cliente a través de las capacidades de relación y la innovación de marketing. <i>Journal of Business & Industrial Marketing</i> . doi:10.1108/jbim-03-2017-0081	Journal of Business & Industrial Marketing	Cuantitativo	competitividad, innovación de marketing, creación de valor para el cliente, capacidades de relación	450 pequeñas y medianas empresas (Pymes) de la industria del mueble en el área metropolitana de Guadalajara (México)	Concluyeron que las ventajas competitivas empiezan desde el marketing	Recomendaron toda publicidad realizada deber ser cuidadosa y segura	Una limitación de este estudio, a la hora de interpretar y generalizar resultados, que deberían ser aplicables a los sectores manufactureros y generaliza con la empresa
A63	Chen, Z., Huang, S., Liu, C., Min, M., & Zhou, L. (2018). Ajuste entre la cultura organizacional y la estrategia de innovación: implicaciones para el desempeño de la innovación. <i>Sustainability</i> , 10(10), 3378. doi:10.3390/su10103378	Sustainability	Cuantitativo	ajuste; cultura organizacional; estrategia de innovación; velocidad de innovación; calidad de la innovación.	Se recopilaron datos de 183 chinos Organizaciones.	concluyeron que la cultura organizacional fortalece vínculos laborales	Recomendaron que si los trabajadores se identifican con la empresa esta tendrá un valor agregado	realizaron la encuesta en China, el contexto nacional puede limitar la generalización del hallazgo.

COD.	Referencia de la fuente (artículo indizado)	Revista	Metodología	Palabras claves	Muestra	Hallazgos - Conclusiones	Recomendaciones	Limitaciones del estudio
A65	Yang, Z., Nguyen, V. T., & Le, P. B. (2018). El intercambio de conocimientos sirve como mediador entre la cultura colaborativa y la capacidad de innovación: una investigación empírica. <i>Journal of Business & Industrial Marketing</i> , 33(7), 958–969. doi:10.1108/jbim-10-2017-0245	Journal of Business & Industrial Marketing	Cuantitativo	Innovación, intercambio de conocimientos, innovación de productos, innovación de procesos, cultura colaborativa	Este documento utilizó el modelado de ecuaciones estructurales para examinar el nivel de cómo la cultura y el conocimiento colaborativos, los datos recopilados de 77 chinos firmas.	concluyeron que es un principio básico de la empresa la adquisición de buenas culturas	recomendaron que el intercambio de papeles en una empresa es fundamental para la mejora de conocimientos	El artículo no ha evaluado la relación entre las variables latentes bajo la condición de moderar variables de características individuales (como optimismo y autoeficacia) o características de la constructos
A66	Li, C. (2019). Enhancing or inhibiting: Potenciador o inhibidor: El impacto de la inversión en vínculos políticos sobre el vínculo entre innovación empresarial y productividad. <i>International Business Review</i> , 101636. doi:10.1016/j.ibusrev.2019.101636	International Business Review	Cuantitativo	Innovación Productiva Estrategia política Economías de transición	base en una muestra de 9693 empresas en 27 economías en transición	concluyeron que implementar más de una práctica de gestión en el mismo tiempo se asocia con una mayor probabilidad de innovar nuevos pro-conductos	Recomendaron que los cambios organizativos drásticos pueden funcionar como una clara señal de la determinación de las empresas de seguir una estrategia orientada a la innovación y ayudar a Celebrar el éxito de la innovación	Este estudio tiene las siguientes limitaciones
A67	Burton, M. D., Colombo, M. G., Rossi-Lamastra, C., & Wasserman, N. (2019). El diseño organizacional de emprendimientos emprendedores. <i>Strategic Entrepreneurship Journal</i> . doi:10.1002/sej.1332	Strategic Entrepreneurship Journal	Cualitativo	sistemas de decisión, firmas emprendedoras, emprendedores, jerarquía, prácticas gerenciales, diseño organizacional, estructura organizacional	Estudiar el diseño organizacional de los emprendimientos empresariales implica investigar cómo los empresarios diseñan la estructura	la combinación de múltiples fuentes a nivel de empresas e individuos, y utilizan técnicas econométricas sofisticadas para identificar relaciones causales. También abren nuevas vías para preguntas y métodos de investigación y allanan el camino para futuras becas empresarial	Creemos que los artículos brindan información valiosa para los empresarios y otras partes interesadas (por ejemplo, capitalistas de riesgo) sobre los pros y los contras de diferentes organizaciones	los emprendimientos empresariales se encuentran sometidos a graves limitaciones de tiempo y recursos y tienden a preocuparse por las fugas de conocimiento; estos hechos los llevan a colaborar menos con los investigadores que las empresas establecidas. Si

COD.	Referencia de la fuente (artículo indizado)	Revista	Metodología	Palabras claves	Muestra	Hallazgos - Conclusiones	Recomendaciones	Limitaciones del estudio
A68	Grimpe, C., Murmann, M., & Sofka, W. (2019). Opciones de diseño organizacional de nuevas empresas de alta tecnología: cómo la gerencia media impulsa el desempeño de la innovación. <i>Strategic Entrepreneurship Journal</i> . doi:10.1002/sej.1330	Strategic Entrepreneurship Journal	Cuantitativo	Atención empresarial, desempeño en innovación, medio de gestión, diseño organizacional, startups.	Estas hipótesis son respaldadas por un análisis de 2.431 empresas alemanas de alta tecnología startups fundadas entre 2005 y 2012	concluyeron que cuando las empresas caminan por aspectos novedosos empresariales las gestiones mejoran.	Recomendaron que proporcionar una buena estructura organizacional ayuda a la sustentación de la empresa	Investigación proporciona unaver la etapa inicial del ciclo de vida organizacional de las empresas emergentes. Sin embargo, sospechamos que un análisis basado enstartups relativamente más grandes podrían proporcionar evidencia interesante y complementaria sobre los mecanismos invocados
A71	Lemus-Aguilar, Morales-Alonso, Ramirez-Portilla, & Hidalgo. (2019). Modelos de negocios sostenibles a través de la lente del diseño organizacional: una revisión sistemática de la literatura. <i>Sustainability</i> , 11(19), 5379. doi:10.3390/su11195379	Sustainability	Cualitativo	Sustentabilidad; modelos de negocio; diseño organizacional; Modelo estrella; límites del sistema	394 artículos de Journal	Los estudios reconocen la necesidad de colaboración cuando se trata de modelos de negocio sostenibles. La integración de las redes de valor es de suma importancia y requiere la identificación de las relaciones interorganizacionales	Figuración de un diseño organizacional alineado con el modelo de negocio. Esto podría indicar que, dado que los modelos de negocios son útiles para explicar la lógica de negocios a nivel estratégico, la organización podría ser una lente útil para explicar la lógica de negocios a nivel táctico	Ciertas limitaciones se derivan de las técnicas aplicadas a realizar la revisión sistemática de la literatura. Primero, la búsqueda se realizó en revistas académicas, lo que genera un sesgo de selección al no incluir libros, revistas comerciales o informes de profesionales.
A72	Rodrigues da Costa, L., & Maria Correia Loureiro, S. (2019). La importancia del compromiso de los empleados en el éxito organizacional. <i>Journal of Promotion Management</i> , 1–9. doi:10.1080/10496491.2019.1557811	Journal of Promotion Management	Cualitativo	Compromiso de los empleados; bienestar; experiencia; éxito organizacional; sector de lujo	Este estudio pretende analizar la influencia de los empleados	Estos hallazgos no solo tienen implicaciones teóricas, al agregarse al campo del marketing relacional y promover el proceso de compromiso, sino sobre todo implicaciones gerenciales.	recomendaron que una variedad de factores relacionados culturalmente se combina para facilitar o restringir el desempeño de la innovación en su grupo correspondiente	Se podrían considerarse como sugerencias para futuras investigaciones. Primero, debemos realizar entrevistas en otro sector de actividad, también la información longitudinal ayudaría a comprender mejor la evolución del proceso de participación.

COD.	Referencia de la fuente (artículo indizado)	Revista	Metodología	Palabras claves	Muestra	Hallazgos - Conclusiones	Recomendaciones	Limitaciones del estudio
A74	Masih Fadaki, Shams Rahman & Caroline Chan (2019) Cadena de suministro flexible: impulsores del diseño y negocio implicaciones de rendimiento doi:10.1080/00207543.2019.1693660	International Journal of Production Research	Cuantitativo	Diseño de la cadena de suministro; cadena de suministro ajustada; cadena de suministro ágil; cadena de suministro flexible; cadena de suministro eficiente; cadena de suministro receptiva	Se emplearon para analizar los datos recopilados de 299 empresas australianas mediante la administración de un cuestionario estructurado.	Con respecto a los aspectos de esbeltez y agilidad del diseño de la cadena de suministro, aún no se ha proporcionado una respuesta clara de por qué las pruebas cuantitativas de esos modelos no respaldan las teorías. Cambiar la perspectiva de considerar la esbeltez y la agilidad como estrategias mutuamente excluyentes a un espectro flexible.	Se recomienda que las empresas aumenten la magnitud del componente de esbeltez o agilidad en función de la prioridad del componente desde la perspectiva del cliente o del mercado. Por el contrario, a un nivel más bajo de incertidumbre percibida, se recomienda diseñar una cadena de suministro flexible más equilibrada	
A83	Medrano, N., Cornejo-Cañamares, M., & Olarte-Pascual, C. (2020). El impacto de la innovación de marketing en la orientación medioambiental de las empresas. Journal of Business & Industrial Marketing, 35(1), 1–12. doi:10.1108/jbim-10-2018-0319	Journal of Business & Industrial Marketing	Cuantitativo	Orientación medioambiental, Innovación de marketing, España, PITEC	6.435 empresas españolas durante el período 2013-2015. Para examinar el efecto de innovación de marketing y la orientación medioambiental.	concluyeron que el marketing digital emplea mecanismos de ayuda publicitaria	recomendaron que el marketing digital se va de la mano con la digitalización	Este estudio tiene las siguientes limitaciones de una posible limitación es la medición de la variables en la medida en que tuvo que adaptarse a la forma en que la base de datos medido por lo que alguna información importante perdido
A84	Haneda, S., & Ito, K. (2018). Gestión e innovación organizacional y de recursos humanos: ¿Qué prácticas de gestión están vinculadas a la innovación de productos y / o procesos? Research Policy, 47(1), 194–208. doi:10.1016/j.respol.2017.10.008	Research Policy	Cuantitativo	Organización, Innovación en la gestión de recursos humanos, I + D + i, Encuesta de innovación	Encuesta Nacional de Innovación de Japón.	Se concluye que la gestión organizativa y de los recursos humanos no cuentan con un vínculo por ello deben implementar más de una práctica de gestión al mismo tiempo se asocia con una mayor probabilidad de innovar nuevos productos.	Los datos significan que no podemos examinar rigurosamente la relación causal entre las prácticas de gestión y el éxito de la innovación.	

Anexo 5: Rejilla de revisión sistemáticas con categorización teórica

REFERENCIA DE LA FUENTE		CATEGORIAS			
A7	Delshab, V., Winand, M., Sadeghi Boroujerdi, S., Hoerber, L., & Mahmoudian, A. (2020). El impacto de la gestión del conocimiento en el desempeño en clubes deportivos sin fines de lucro: el papel mediador de la actitud hacia la innovación, la innovación abierta y la innovación. . European Sport Management Quarterly, 1–22. doi:10.1080/16184742.2020.1768572	<p>Innovación abierta La innovación abierta fue propuesta por Chesbrough y Crowther (2006), quien enfatizó que las empresas crean el máximo valor al interactuar con entidades externas mientras obtienen recursos externos adicionales en un entorno completamente abierto Pag. 2</p>	<p>Innovación dual Tushman y O' Reilly (1996) fi Primero propuso la teoría dual, que postula que las empresas tienen la capacidad de explorar y explotar. Caridi-Zahavi, Carmeli y Arazy (2016) argumentan que la innovación en la explotación y la innovación en la exploración son parte de la innovación dual. Pag 2</p>	<p>Innovación abierta e innovación dual Existen dos tipos de actividades de innovación abierta: orientadas hacia adentro y orientadas hacia afuera. La innovación abierta orientada hacia adentro enfatiza la integración de ideas, conocimientos y tecnología valiosos desde el exterior en el proceso interno de aplicación y comercialización. Pag 3"</p>	<p>Papel mediador de la capacidad de gestión del conocimiento La gestión del conocimiento puede actualizar la base de conocimientos de una empresa, aumentar la frecuencia y velocidad de la innovación, alentar a las empresas a pensar que el conocimiento es su recurso más estratégico y con fi rm que cuanta más información conozca la empresa sobre los clientes, los productos, la tecnología y los mercados, mejor será su desempeño. Pag 3</p>
A15	Ghasemaghaj, M., & Calic, G. (2020). Evaluación del impacto de los macrodatos en el desempeño de la innovación empresarial: los macrodatos no siempre son mejores datos. . Journal of Business Research, 108, 147–162. doi:10.1016/j.jbusres.2019.09.062	<p>Big data, aprendizaje organizacional y desempeño empresarial Si la exploración de nueva información es la base del aprendizaje organizacional, entonces el big data presenta una enorme oportunidad para que las empresas aprendan y, en consecuencia, mejoren su desempeño (Jones, 2018). En la era del big data, estudios anteriores han considerado que los datos son un recurso empresarial vital para la innovación. P149</p>	<p>Big data e innovación Big Data es capaz de cambiar el panorama de la innovación aumentando de manera efectiva y eficiente el ajuste entre las preferencias del consumidor y las características del producto. P150</p>	<p>Innovación y desempeño "La innovación, que se refiere a la explotación exitosa de nuevos conocimientos, se ha vinculado anteriormente al desempeño de la empresa (Amabile, Conti, Coon, Lazenby y Herron, 1996). La innovación es el proceso de fabricación, gestión, actividades comerciales, I + D y diseño técnico involucrados en la comercialización de un producto mejorado (o nuevo) (Alegre y Chiva, 2008), P151"</p>	
A16	Anning-Dorson, T. (2017). Efecto moderador-mediador de la demanda del mercado y la cultura organizacional sobre la relación entre innovación y desempeño. . Marketing Intelligence & Planning, 35(2), 222–242. doi: 10.1108/mip-04-2016-0066	<p>Innovación de productos y desempeño de la empresa La innovación se considera una herramienta estratégica importante para todas las empresas en el entorno empresarial actual caracterizado por la hipercompetencia; han argumentado que el entorno empresarial intenso y rápidamente competitivo en el que operan las empresas requiere que las empresas innoven continuamente para crear nuevas ventajas que mejoren su desempeño</p>	<p>Innovación, demanda del mercado y desempeño empresarial Las empresas se adaptan al entorno empresarial complejo y dinámico mediante la implementación de estrategias de innovación como la innovación de productos para mejorar su desempeño. La innovación ayuda a las empresas a crear ventajas competitivas que eventualmente mejoran el desempeño</p>	<p>El papel mediador de la cultura organizacional La cultura organizacional está en el corazón del desarrollo de la innovación y, por lo tanto, influye significativamente en la implementación de la innovación. Específicamente, una cultura organizacional que promueve las capacidades creativas de los empleados.</p>	

Gestión del conocimiento
 Esto se debe al papel del conocimiento en la mejora de la productividad, la creación de una ventaja competitiva sostenible, la creación y protección de los activos intangibles de una empresaP2

Ode, E., & Ayavoo, R. (2019). El papel mediador de la aplicación del conocimiento en la relación entre las prácticas de gestión del conocimiento y la innovación empresarial. . Journal of Innovation & Knowledge. doi:10.1016/j.jik.2019.08.002

A26

Sun, Y., Liu, J., & Ding, Y. (2019). Análisis de la relación entre innovación abierta, capacidad de gestión del conocimiento e innovación dual. . Technology Analysis & Strategic Management, 11–14. doi:10.1080/09537325.2019.1632431

A27

Innovación abierta
 La innovación abierta fue propuesta por Chesbrough y Crowther (2006), quien enfatizó que las empresas crean el máximo valor al interactuar con entidades externas mientras obtienen recursos externos adicionales en un entorno completamente abierto Pag. 2

Innovación dual
 Tushman y O' Reilly (1996) fi que postula que las empresas tienen la capacidad de explorar y explotar. Cardí-Zahavi, Carmeli y Arazy (2016) argumentan que la innovación en la explotación y la parte de la innovación dual. Pag 2

Innovación abierta e innovación dual
 "Existen dos tipos de actividades de innovación abierta: orientadas hacia adentro y orientadas hacia afuera. La innovación abierta orientada hacia adentro enfatiza la integración de ideas, conocimientos y tecnología valiosos desde el exterior en el proceso interno de aplicación y comercialización. Pag 3"

Papel mediador de la capacidad de gestión del conocimiento
 La gestión del conocimiento puede actualizar la base de conocimientos de una empresa, aumentar la frecuencia y velocidad de la innovación, alentar a las empresas a pensar que el conocimiento es su recurso más estratégico y con fi rm que cuanta más información conozca la empresa sobre los clientes, los mercados, la tecnología y los productos, mejor será su desempeño. Pag 3

Liderazgo
 "motivar a los empleados como desarrollar un consenso unificado de los miembros de la organización para lograr las metas y planes organizacionales, P595"

Aprendizaje organizacional
 "A través de la cohesión del trabajo en equipo, la organización puede lograr convertir el aprendizaje organizacional (OL) en un rasgo de liderazgo que es valioso para toda la organización, no solo para sus individuos específicos. P591"

Innovación organizacional
 La colaboración y la creación de equipos de trabajo cohesionados que promuevan la organización del aprendizaje para una mayor innovación organizacional P591

Innovación organizacional
 La colaboración y la creación de equipos de trabajo cohesionados que promuevan la organización del aprendizaje para una mayor innovación organizacional P591

A28

Liao, S.-H., Chen, C.-C., Hu, D.-C., Chung, Y.-C., & Liu, C.-L. (2017). Evaluar la influencia del estilo de liderazgo, el aprendizaje organizacional y la innovación organizacional. Revista de desarrollo organizacional y de liderazgo. Development Journal, 38(5), 590–609. doi:10.1108/loj-11-2015-0261

REFERENCIA DE LA FUENTE		CATEGORIAS	
A39	Al-Sada, M., Al-Esmael, B., & Faisal, M. N. (2017). Influencia de la cultura organizacional y el estilo de liderazgo en la satisfacción, el compromiso y la motivación de los empleados en el sector educativo en Qatar.. EuroMed Journal of Business, 12(2), 163–188. doi:10.1108/emjb-02-2016-0003	<p>Cultura organizacional es un "patrón de supuestos básicos compartidos que un grupo ha aprendido al resolver sus problemas de adaptación externa e integración interna, que ha funcionado lo suficientemente bien como para ser considerado válido y, por lo tanto, para ser enseñado a nuevos miembros como la forma correcta de percibir, pensar y sentir en relación a esos problemas. P4</p> <p>Estilo de liderazgo el liderazgo es una relación entre líderes y seguidores en la que se influyen mutuamente y generan cambios y resultados que reflejan sus propósitos compartidos. define el liderazgo como una interacción entre uno o más miembros de un grupo. P5</p> <p>Motivación laboral se refiere a la motivación como un impulso interno para satisfacer necesidades insatisfechas. Otros investigadores asocian el concepto de motivación con el lugar de trabajo. P5</p> <p>Satisfacción laboral La satisfacción laboral ha despertado el interés de los expertos debido a la creencia de que puede afectar e influir en la productividad laboral, el compromiso de los empleados, la rotación de empleados. P5</p>	
A41	Dekoulou, P., & Trivellas, P. (2017). Estructura organizativa, rendimiento de la innovación y valor de la relación con el cliente en la industria de medios y publicidad griega.. Journal of Business & Industrial Marketing, 32(3), 385–397. doi:10.1108/jbim-07-2015-0135	<p>Supervisión a comunicación e interacción regular y creativa entre los empleados. Los miembros de la organización están privados del derecho a tomar la iniciativa, experimentar, sugerir ideas novedosas y ser inventivos</p> <p>Estructura organizativa conjunto de formas en que el trabajo organizacional se divide en tareas separadas, delegadas y coordinadas hacia el logro de los objetivos corporativos. La estructura configura el contexto en el que se ejerce el poder y el control, se cumplen los deberes, se formulan opciones estratégicas y posibilita la implementación de estas opciones</p>	<p>Desempeño de la innovación La centralización reduce la capacidad de los miembros del personal para buscar soluciones innovadoras a los problemas y limita la sensación de control sobre el trabajo individual</p>
A42	Dedahanov, A. T., Rhee, C., & Yoon, J. (2017). Estructura organizativa y desempeño en innovación. Career Development International, 22(4), 334–350. doi:10.1108/cdi-12-2016-0234	<p>Formalización y comportamiento innovador Se refiere a "el grado en que las reglas definen roles, relaciones de autoridad, comunicaciones, normas, sanciones y procedimientos. Las organizaciones con bajos niveles de formalización se caracterizan como estructuras organizativas orgánicas, mientras que aquellas con altos niveles de formalización. p337</p>	<p>Integración y comportamiento innovador La medida en que las diferentes unidades y empleados de una empresa se comunican y trabajan de manera interrelacionada, la interacción entre empleados aumenta la difusión de conocimientos tácitos y explícitos. P337</p>

REFERENCIA DE LA FUENTE		CATEGORIAS		
A44	Zeng, J., Zhang, W., Matsui, Y., & Zhao, X. (2017). El impacto del contexto organizacional en la gestión de la calidad dura y blanda y el desempeño de la innovación. International Journal of Production Economics, 185, 240–251. doi:10.1016/j.ijpe.2016.12.031	Centralización de autoridad Se refiere a la centralidad de la ubicación de la autoridad de toma de decisiones. Existe la creencia generalizada de que la innovación es facilitado en una organización descentralizada. La flexibilidad y apertura de este tipo de organización, se cree que mejoran la innovación al fomentar nuevas ideas.	Integración entre funciones se refiere a la medida en que varias funciones o los departamentos de una organización funcionan de manera interrelacionada. La integración se puede lograr a través de varios mecanismos incluyendo comités multifuncionales, personal de enlace y grupos de trabajo.	Relación entre gestión de calidad y desempeño en innovación señalan que el conflicto entre los dos grupos de argumentos existe en muchas facetas, incluida la magnitud del cambio, el comportamiento rasgos, formas de pensar, enfoques y principios incorporados en gestión de calidad en contraste con innovación.
A47	Fuentes-Blasco, M., Moliner-Velázquez, B., Servera-Francés, D., & Gil-Saura, I. (2017). El papel del marketing y la innovación tecnológica en la equidad de la tienda, la satisfacción y el boca a boca en el comercio minorista. Journal of Product & Brand Management, 26(6), 650–666. doi:10.1108/jpbm-07-2016-1279	Marketing e innovación tecnológica "consideran que se refiere al grado de adopción de nuevas ideas sobre merchandising o servicios. La innovación en el merchandising se enfoca en incorporar nuevas formas de presentar, organizar y distribuir productos y servicios en la tienda, mientras que la innovación en servicios se enfoca en ofrecer nuevos servicios vinculados a la experiencia de compra (por ejemplo, guarderías, espacios de entretenimiento para acompañantes de compras, atención personalizada en la compra, P3"	Satisfacción "Refiere a un conjunto de experiencias acumuladas (Jones y Suh, 2000; Sivadas y Baker-Prewitt, 2000). Desde la perspectiva cognitiva, la satisfacción es un juicio sobre un nivel placentero de satisfacción relacionada con el consumo P6"	
A48	Devece, C., Palacios-Marqués, D., Galindo-Martin, M.-A., & Llopis-Albert, C. (2017). Estrategia de sistemas de información y su relación con la diferenciación de la innovación y el desempeño organizacional. Information Systems Management, 34(3), 250–264. doi:10.1108/10580530.2017.1330002	Estrategia de SI "la estrategia de SI se centra en los sistemas o aplicaciones comerciales, y su objetivo principal es la alineación con las necesidades comerciales y su uso para obtener beneficios estratégicos; Considerando que las estrategias de TI se centran en las políticas tecnológicas, incluidos aspectos como la arquitectura, las normas técnicas, las normas de seguridad y las actitudes de riesgo tecnológico. P252"	Estrategia innovadora de SI "Las organizaciones que buscan continuamente innovaciones de TI tienen más probabilidades de desarrollar y explorar sistemas de SI únicos que generan ventajas competitivas sobre los competidores en costo o en diferenciación P252"	Estrategia conservadora de SI "Las empresas que siguen una estrategia de SI conservadora adoptan las mejores prácticas desarrolladas por los líderes de la industria. En algunos casos, se trata de una estrategia impuesta debido a la falta de capacidad para generar el conocimiento necesario para satisfacer las demandas dictadas por el entorno. P 253"

A54	<p>Al-Musaddeq, M., Raharjo, K., Solimun, S., & Achmad Rinaldo Fernandes, A. (2018). El efecto mediador de la motivación laboral sobre la influencia del diseño del puesto y la cultura organizacional contra el desempeño de RRHH. <i>Journal of Management Development</i>, 37(6), 452–469. doi:10.1108/jmd-07-2017-0239</p>	<p>La innovación de servicios "se puede definir como un nuevo proceso u oferta de servicios que una organización pone en práctica y que es adoptado y crea valor para uno o más actores en una red de servicios P1"</p>	<p>La oferta de servicios innovadores "es a menudo una nueva combinación de recursos (Gallouj y Weinstein 1997). El término "actores" se refiere a entidades entre las cuales pueden ocurrir interacciones. Los actores pueden ser clientes, organizaciones y otros elementos como la tecnología que participan en el proceso de creación de valor. P1"</p>	
A56	<p>Fjeldstad, Ø., D., & Snow, C. C. (2018). Modelos de negocio y diseño organizativo. <i>Planificación a largo plazo.. Long Range Planning</i>, 51(1), 32–39. doi:10.1016/j.lrp.2017.07.008</p>	<p>Dimensión operativa La dimensión operativa de un modelo de negocio se refiere a cómo lleva a cabo sus negocios. toma decisiones sobre sus ofertas de productos / servicios, sus clientes objetivo y los mercados que pretende cubrir, así como también sobre cómo producirá y entregará sus productos y servicios. P2</p>	<p>Dimensión dinámica La dimensión dinámica de un modelo de negocio se refiere a cómo cambia y se adapta con el tiempo, tiene el objetivo de rediseñar una organización y sus políticas para que tenga más posibilidades de éxito. P3</p>	<p>Tienda de valor Una tienda de valor resuelve los problemas de los clientes caso por caso. Resolución de problemas, como la atención médica, suelen estar formadas por generalistas, que tienen conocimiento sobre una variedad de problemas, y especialistas, que tienen un conocimiento profundo en un área particular</p>
			<p>Cadena de valor transforma los insumos en productos, como en una manufactura. El cliente es un destinatario del producto, que encarna el valor creado por el proceso de transformación. Escala, utilización de la capacidad y componentes los productos son importantes para operaciones de los clientes, mientras que adaptan las actividades a las necesidades.</p>	<p>Red de valor Enlaces de red avalúe mi clientes, cosas y lugares mi y brinda servicios que permiten diversos tipos de intercambios entre ellos. Ejemplos de redes de valor incluyen servicios de comunicación, transporte, banca y finanzas y una amplia gama de empresas de Internet</p>
			<p>La cultura La importancia de la cultura corporativa porque la cultura es todo el paquete de valores, actitudes, comportamientos que son bien recibidos o no, formas de hacer las cosas y también el entorno político corporativo. Las organizaciones que se adaptan al cambio como su consecuencia en el entorno externo tendrán un impacto en</p>	
	<p>Raharjo, K., & Achmad Rinaldo Fernandes, A. (2018). La influencia de la cultura organizacional y el diseño del puesto en el compromiso laboral y el desempeño de los recursos humanos. <i>Journal of Organizational Change Management</i>. doi:10.1108/jocm-07-2017-0286</p>	<p>El diseño de puestos de trabajo Gran parte de las investigaciones y teorías tempranas y actuales sobre el tema, incluida la discusión del trabajo sobre la teoría de la motivación-higiene y la perspectiva interdisciplinaria.</p>	<p>El desempeño laboral Describirse como un comportamiento o acción de los empleados a nivel individual sostiene que el desempeño laboral es un resultado importante de la autoevaluación básica. Desempeñarán mejor el trabajo aumentando su confianza y sus habilidades. Su modelo afirma que la EIS está relacionada positivamente tanto con la satisfacción laboral como con el desempeño individual.</p>	

COD	REFERENCIA DE LA FUENTE	CATEGORIAS
A61	<p>Hacklin, F., Björkdahl, J., & Wallin, M. W. (2018). Estrategias para la innovación del modelo de negocio: cómo las empresas se recuperan de la migración de valor. <i>Planificación a largo plazo. Long Range Planning</i>, 51(1), 82–110. doi:10.1016/j.lrp.2017.06.009</p>	<p>la innovación del modelo de negocio "encaja con la migración de valores: pueden ser necesarios cambios en los modelos de negocio cuando hay cambios estructurales en las industrias y cuando surgen nuevos ecosistemas P3"</p>
A62	<p>Sánchez-Gutiérrez, J., Cabanelas, P., Lampón, J. F., & González-Alvarado, T. E. (2018). El impacto en la competitividad de la creación de valor para el cliente a través de las capacidades de relación y la innovación de marketing. <i>Journal of Business & Industrial Marketing</i>. doi:10.1108/jbim-03-2017-0081</p>	<p>Capacidad de relación gerencial y creación de valor: la importancia de las relaciones "co-diseño, coproducción, marketing relacional y, especialmente, co-creación de valor. Todos estos conceptos se fl llevar a cabo un proceso en el que intervengan muchos agentes, ya sea directa o indirectamente, siendo los clientes un activo clave para la creación de valor P2"</p>
A63	<p>Chen, Z., Huang, S., Liu, C., Min, M., & Zhou, L. (2018). Ajuste entre la cultura organizacional y la estrategia de innovación: implicaciones para el desempeño de la innovación. <i>Sustainability</i>, 10(10), 3378. doi:10.3390/su10103378</p>	<p>Innovación en marketing y creación de valor "el propósito de esta investigación, Innovación de marketing se refiere a los procesos llevados a cabo por el firm para adaptar el producto a los clientes 'específicos, mejorar sus funcionalidades e innovar en la gestión de clientes, siendo siempre consciente de que todo debe ir en consonancia con lo que sus empleados son capaces de hacer. P2"</p>
A65	<p>Yang, Z., Nguyen, V. T., & Le, P. B. (2018). El intercambio de conocimientos sirve como mediador entre la cultura colaborativa y la capacidad de innovación: una investigación empírica. <i>Journal of Business & Industrial Marketing</i>, 33(7), 958–969. doi:10.1108/jbim-10-2017-0245</p>	<p>Cultura organizacional la cultura parece distinguir un grupo de otro basándose en un cierto conjunto de valores, creencias, comportamientos y actitudes.</p>
A66	<p>Yang, Z., Nguyen, V. T., & Le, P. B. (2018). El intercambio de conocimientos sirve como mediador entre la cultura colaborativa y la capacidad de innovación: una investigación empírica. <i>Journal of Business & Industrial Marketing</i>, 33(7), 958–969. doi:10.1108/jbim-10-2017-0245</p>	<p>innovación de procesos tienen muchas oportunidades y ventajas para fomentar la capacidad de innovación (como la innovación de procesos) al tener acceso a información sobre políticas, apoyo gubernamental y recursos valiosos P966</p>

COD	REFERENCIA DE LA FUENTE	CATEGORIAS
A66	<p>Li, C. (2019). Enhancing or inhibiting: Potenciador o inhibidor: El impacto de la inversión en vínculos políticos sobre el vínculo entre innovación empresarial y productividad. <i>International Business Review</i>, 101636. doi:10.1016/j.ibusrev.2019.101636</p>	<p>la innovación de productos "Los estudios de casos múltiples demostraron que la innovación de productos es el vínculo entre la competencia técnica y la competencia del cliente. Sin embargo, la innovación de productos implica costos y riesgos y no siempre vale la pena P2"</p>
A67	<p>Burton, M. D., Colombo, M. G., Rossi-Lamastra, C., & Wasserman, N. (2019). El diseño organizacional de emprendimientos emprendedores. <i>Strategic Entrepreneurship Journal</i>. doi:10.1002/sej.1332</p>	<p>innovación de procesos "Complementa tanto la innovación de productos como la innovación organizativa en la práctica y comprende tanto la innovación técnica como la innovación administrativa. P 2"</p> <p>Estrategias de la cadena de suministro para abordar y controlar la incertidumbre En el estudio actual, la atención se centra en las estrategias para gestionar, controlar o reducir la incertidumbre de la cadena de suministro</p> <p>Reestructuración de la organización de la investigación y desarrollo Las estructuras organizativas de investigación y desarrollo, varios estudios investigan si la elección de una estructura de investigación y desarrollo centralizada o descentralizada los resultados. Estos estudios sugieren que las empresas con una organización centralizada de investigación y desarrollo tienden a generar patentes citadas con mayor frecuencia.</p>
A68	<p>Grimpe, C., Murrmann, M., & Sofka, W. (2019). Opciones de diseño organizacional de nuevas empresas de alta tecnología: cómo la gerencia media impulsa el desempeño de la innovación. <i>Strategic Entrepreneurship Journal</i>. doi:10.1002/sej.1330</p>	<p>El papel de la atención empresarial para el proceso de innovación Los mandos intermedios son especialistas gerenciales o administrativos con derechos de decisión delegados. Pueden reducir la ambigüedad sobre la organización del trabajo en una empresa, mejorando la coordinación y la eficiencia P363</p> <p>Mandos intermedios y su efecto en la atención empresarial a la innovación "Desde la perspectiva de que las empresas constan de al menos dos niveles, es decir, tomadores de decisiones de alto nivel, como fundadores y trabajadores de línea (Rajan & Wulf, 2003), aunque las empresas emergentes a menudo solo están formadas por los fundadores de una empresa. P 363"</p>
A71	<p>Lemus-Aguilar, Morales-Alonso, Ramirez-Portilla, & Hidalgo. (2019). Modelos de negocios sostenibles a través de la lente del diseño organizacional: una revisión sistemática de la literatura. <i>Sustainability</i>, 11(19), 5379. doi:10.3390/su11195379</p>	<p>Diseño organizacional Los elementos de diseño incluyen las rutinas y actividades laborales englobadas en diferentes procesos para entregar valor para los clientes y otras partes interesadas; estructuras para proporcionar toma de decisiones, comunicación, y orientación de estos procesos</p> <p>Modelos de negocios sostenibles la importancia de la sostenibilidad es aceptada tanto por el mundo académico como por los profesionales, la implementación estratégica de modelos de negocio sostenibles en las empresas sigue sin estar clara, y los investigadores y profesionales luchan por proponer soluciones para configuraciones actuales.</p> <p>Vinculando modelos de negocios sostenibles y diseño organizacional Los modelos de negocio y diseño organizacional pueden parecer bastante dispersos en la mayor parte de la literatura que aborda estos conceptos, comparten algunas características comunes.</p>

COD	REFERENCIA DE LA FUENTE	CATEGORIAS
-----	-------------------------	------------

Rodrigues da Costa, L., & Maria Correia Loureiro, S. (2019). La importancia del compromiso de los empleados en el éxito organizacional. *Journal of Promotion Management*, 1-9. doi:10.1080/10496491.2019.1557811

Gestión de recursos humanos
Es un tema que ha recibido mucha más atención es el papel de los sistemas de incentivos como el pago por desempeño. Sin embargo, los estudios sobre el pago por desempeño han arrojado resultados mixtos. Mientras que algunos muestran que la compensación basada en el principio de pago por desempeño induce niveles más altos de productividad.

Innovación de productos o procesos
La innovación incremental o de procesos a menudo se asocia con el aprendizaje mediante el uso o el aprendizaje mediante la práctica que acompañan a la introducción de nueva maquinaria, lo que significa que probablemente sea más difícil para identificar quién contribuye a la innovación exitosa en el caso de la innovación incremental o de procesos que en el caso de la innovación de productos

A72

Masih Fadaki, Shams Rahman & Caroline Chan (2019) Cadena de suministro flexible: impulsores del diseño y negocio implicaciones de rendimiento doi:10.1080/00207543.2019.1693660

Tipos de incertidumbre de la cadena de suministro
Los altos niveles de incertidumbre a lo largo de la cadena de suministro influirían en su diseño para volverse muy complejo y dinámico. Los elementos de incertidumbre citados con más frecuencia que tienen un impacto significativo en la oferta el diseño de la cadena es (a) incertidumbre de la demanda (b) incertidumbre de la oferta (c) incertidumbre interna / de fabricación / tecnología / del proceso.

Incertidumbre de demanda
La incertidumbre de la demanda se deriva de la disparidad entre las señales de información detectadas por los participantes de la cadena de suministro y la demanda real de los consumidores.

Incertidumbre de suministro
varios productos funcionales como los productos de servicios públicos y la electricidad tienen un patrón de demanda estable para una región específica. Sin embargo, el proveedor de electricidad en realidad utiliza energía hidroeléctrica, que depende en gran medida de la tasa de lluvia en esa región. Dado que esta tasa podría fluctuar significativamente

Incertidumbre interna
Este tipo de incertidumbre tecnológica y reconocieron tres fuentes principales de incertidumbre a lo largo de la cadena de suministro: la demanda del mercado, la oferta y la tecnología.

Estrategias de la cadena de suministro para abordar y controlar la incertidumbre
En el estudio actual, la atención se centra en las estrategias para gestionar, controlar o reducir la incertidumbre de la cadena de suministro

A74

COD REFERENCIA DE LA FUENTE		CATEGORIAS	
A83	<p>Medrano, N., Cornejo-Cañamares, M., & Olarte-Pascual, C. (2020). El impacto de la innovación de marketing en la orientación medioambiental de las empresas. <i>Journal of Business & Industrial Marketing</i>, 35(1), 1–0319. doi:10.1108/jbim-10-2018-0319</p> <p>Haneda, S., & Ito, K. (2018). Gestión e innovación organizacional y de recursos humanos: ¿Qué prácticas de gestión están vinculadas a la innovación de productos y / o procesos? <i>Research Policy</i>, 47(1), 194–208. doi:10.1016/j.respol.2017.10.008</p>	<p>Innovación en marketing "Las nuevas ideas pueden transformar cualquier parte de la cadena de valor; la innovación de productos y servicios P2"</p> <p>Orientación medioambiental "Solo unas pocas empresas (90) de las industrias de los combustibles fósiles y el cemento son responsables del 63 por ciento de las emisiones industriales P 3"</p> <p>Gestión de recursos humanos Es un tema que ha recibido mucha más atención es el papel de los sistemas de incentivos como el pago por desempeño. Sin embargo, los estudios sobre el pago por desempeño han arrojado resultados mixtos. Mientras que algunos muestran que la compensación basada en el principio de pago por desempeño induce niveles más altos de productividad.</p>	<p>innovación del marketing "Las empresas innovadoras tienen más probabilidades que las no innovadoras de adaptarse mejor a los nuevos cambios ambientales. 3"</p>
A84		<p>Cooperación y coordinación de unidades de negocio o divisiones Se espera que la cooperación y la coordinación entre las unidades de negocio o divisiones aumente la difusión de conocimientos dentro de un fin y para mejorar rendimiento de la innovación organizacional. P2.</p>	<p>Reestructuración de la organización y desarrollo Las estructuras organizativas de investigación y desarrollo, varios estudios investigan si la elección de una estructura de investigación y desarrollo centralizada o descentralizada los resultados. Estos estudios sugieren que las empresas con una organización centralizada de investigación y desarrollo tienden a generar patentes citadas con mayor frecuencia.</p>
			<p>Innovación de productos o procesos La innovación incremental o de procesos a menudo se asocia con el aprendizaje mediante el uso o el aprendizaje mediante la práctica que acompañan a la introducción de nueva maquinaria, lo que significa que probablemente sea más difícil para identificar quién contribuye a la innovación exitosa en el caso de la innovación incremental o de procesos que en el caso de la innovación de productos</p>
			<p>Complementariedad entre las prácticas de gestión Algunas prácticas de manejo pueden ser complementarias y la elección de prácticas de manejo es potencialmente endógena. las prácticas de gestión de recursos humanos implementadas en paquetes tienen un efecto en la innovación, mientras que las prácticas implementadas de forma independiente no lo hacen, destacando la importancia de combinar la gestión de recursos humanos.</p>



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

Declaratoria de Originalidad de los Autores

Nosotros, BALDEON GARCIA JHON KENNEDY, ORRILLO SARMIENTO ROSMERY LIZBETH 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 Tesis titulada: "LA INNOVACIÓN COMO FACTOR DE IMPACTO EN LA GESTIÓN EMPRESARIAL. REVISIÓN SISTEMÁTICA DE LA LITERATURA", es de nuestra autoría, por lo tanto, declaramos que la Tesis:

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 la información aportada, por lo cual nos sometemos a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

Nombres y Apellidos	Firma
BALDEON GARCIA JHON KENNEDY DNI: 70828081 ORCID 0000-0002-2020-2772	Firmado digitalmente por: JBALDEONG el 31-07-2021 21:26:44
ORRILLO SARMIENTO ROSMERY LIZBETH DNI: 75905881 ORCID 0000-0001-9437-3112	Firmado digitalmente por: RORRILLO el 20-07-2021 13:44:24

Código documento Trilce: INV - 0315853