

INFLUENCIA DE LA INNOVACIÓN ORGANIZACIONAL EN LA SOSTENIBILIDAD DE LAS EMPRESAS

Davinson Andrés Méndez Cerón¹

Deisy Liliana Duque Valencia²

Resumen

El trabajo que a continuación se ilustra es de revisión sistemática de literatura y tiene como objetivo analizar de qué manera la innovación organizacional influye en la sostenibilidad de las Empresas, a través de una revisión de literatura científica publicada entre 2016 y 2021; para ello, se establece una metodología cualitativa y exploratoria basada en fuentes secundarias en bases datos de la biblioteca de la Universidad Santiago de Cali. Los resultados permitieron conocer los aspectos más importantes que intervienen para la permanencia empresarial y se concluye que, la innovación es un factor importante, tanto para el crecimiento de las empresas, como para lograr fuerte presencia en un mercado con consumidores en constante evolución, en este sentido, se debe concebir la innovación como una estrategia para la competitividad; por su parte, el rol de la gerencia se hace indispensable para alinear todos los procesos estratégicos y conformar una cultura organizacional, donde los diferentes grupos de trabajo se sientan partícipes de los proyectos que se ejecuten y sea

¹ Estudiante del Programa de Administración de Empresas, Facultad de ciencias Económicas y Empresariales. Universidad Santiago de Cali. davinson.mendez00@usc.edu.co

² Estudiante del Programa de Administración de Empresas, Facultad de ciencias Económicas y Empresariales. Universidad Santiago de Cali. deisy.duque00@usc.edu.co

un modelo de inspiración que transmita un nuevo pensamiento de espíritu innovador en las empresas.

Palabras clave: Innovación, Impacto, Sostenible, competitividad

Abstract

The work that is illustrated below is a systematic review of the literature and aims to analyze how organizational innovation influences the sustainability of Companies, through a review of scientific literature published between 2016 and 2021; to this end, a qualitative and exploratory methodology based on secondary sources is established in databases of the library of the Santiago de Cali University. The results allowed to know the most important aspects that intervene for the business permanence and it is concluded that, innovation is an important factor, both for the growth of companies, and to achieve a strong presence in a market with consumers in constant evolution, in this sense, innovation must be conceived as a strategy for competitiveness; for its part, the role of management is essential to align all strategic processes and form an organizational culture, where the different working groups feel involved in the projects that are executed and is a model of inspiration that transmits a new thought of innovative spirit in companies.

Keywords: Innovation, Impact, Sustainable, Competitiveness

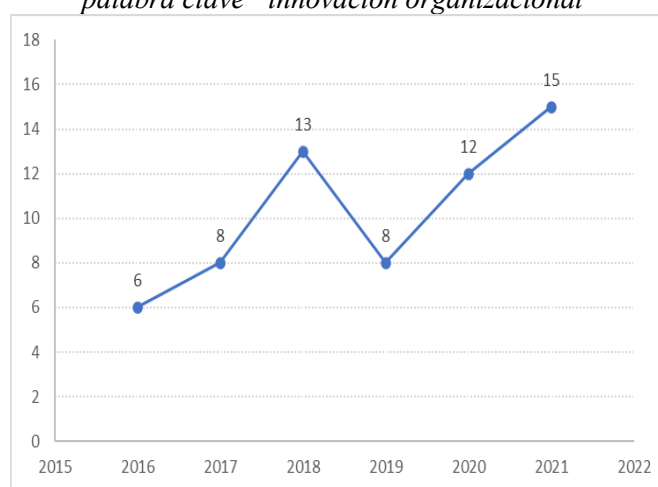
Introducción

La innovación es una herramienta clave y estratégica para la supervivencia de las empresas, considerando las necesidades cambiantes del entorno y el mercado cada vez más competitivo, así mismo, hay múltiples factores que influyen en este proceso: las nuevas tecnologías, la ciencia, la investigación, el desarrollo, es por eso que innovar se ha convertido en el motor que impulsa la transformación, el crecimiento y sobre todo la sostenibilidad de las empresas, “en palabras de Porter, la única ventaja competitiva sostenible es la innovación permanente”. (Robayo, 2016, p. 2).

La innovación organizacional puede verse como una respuesta a una situación novedosa, es por eso que implica crear o modificar rutinas dentro de la empresa (Cozzarin et al., 2017), al mismo tiempo, es crucial el papel del líder para lograr una ventaja competitiva sostenible. (Banmairuroy et al., 2021). En este sentido, el presente artículo de revisión pretende realizar una búsqueda de la influencia de la innovación organizacional en el sostenimiento de las empresas, teniendo en cuenta los diferentes factores que son importantes para el avance organizacional, siempre conservando la tendencia de mejoramiento continuo, así, se garantiza que las organizaciones estén a la vanguardia del mercado mundial.

Para ello, se realizó un estudio de enfoque cualitativo y exploratorio el cual se basó en el análisis documental de fuentes secundarias en bases datos de la biblioteca de la Universidad Santiago de Cali como Scopus, Taylor & Francis Group, Springer y Science Direct, repositorios, libros y base de datos abiertas como Dialnet y Scielo. La búsqueda se realizó de acuerdo a la palabra clave “Innovación Organizacional” en las bases de datos anteriormente mencionadas, en el cual también se delimitó por área de estudio como finanzas, economía, negocios y se ordenó de acuerdo a la mayor citación. Se debe mencionar que solo se incluyen artículos o textos de índole investigativa publicados entre los últimos 6 años (2021-2016).

Figura 1. *Análisis de documentos como resultado de la consulta de la ecuación de búsqueda palabra clave “innovación organizacional”*



Nota. El gráfico representa el resultado de los documentos que arrojó la consulta de la búsqueda, indicado en cada año de publicación del documento. Adaptado de (*Analyze Search Results, Scopus, 2021, n.d.*)

Fuente: Scopus

Como resultado de la búsqueda se evidencia en la figura 1, que la tendencia en investigación de la palabra clave “Innovación Organizacional” tuvo un incremento en los últimos 2 años, esto dando a entender que para las organizaciones cada vez es más importante innovar en diferentes aspectos que puedan reforzar sus actividades y lograr una mejora continua, siempre buscando el crecimiento en el mercado.

Desarrollo y discusión

Innovación en las Organizaciones

Frecuentemente, se ha confundido la innovación con el concepto de invención, el cual hace referencia al ingenio y ocurrencias de una persona o un grupo, o, también, como el resultado de un proceso que lleva consigo un reconocimiento específico. (Espinoza & Romero, 2016), en este sentido, es importante iniciar con la afirmación de Rodríguez y Alvarado, (2008) citados en Espinoza y Romero, (2016, p.2) la innovación es posible considerarla como el resultado de una suma de intentos fallidos y pequeñas mejoras, que hacen posible cambiar la dirección de un proceso, ya sea la calidad de un producto o la técnica de un procedimiento. Con esta primera definición, se va concebir a lo largo del documento la innovación más como un proceso que como un hecho o acontecimiento.

Para el Manual de Oslo (*OCDE y EUROSTAT, 2018*), la innovación tiene un principio clave: que puede y debe medirse, no obstante, estos resultados evolucionan a lo largo del tiempo, es por eso que el manual hace énfasis en la importancia de comprender estos beneficios, para anticiparse y abordar resultados no deseados en el contexto empresarial. De esta forma

se hace indispensable que las empresas en general, hagan un análisis de las capacidades empresariales que poseen para alcanzar sus objetivos, con el fin de medir datos relevantes de su desempeño innovador.

En este sentido y según el Manual de Oslo las empresas que materializan el espíritu de innovación, reflejan como resultados la generación de ganancias: un aumento en las ventas, potencialización de la marca e importantes ventajas en costos de acuerdo a las mejoras en el desempeño y productividad; resulta cierto posiblemente, que dichas afirmaciones son los esfuerzos eminentes que una empresa realiza para sostener su actividad económica.

Dicho lo anterior, existen diferentes características que impulsan a estimular el espíritu innovador dentro de las organizaciones, entre ellas se encuentra el concepto de agilidad y creatividad en donde son considerados valores corporativos fundamentales en muchas organizaciones, porque le permite a sus líderes tener una mejor visión para tomar decisiones y a su vez aplicando estos conceptos se podría decir que se mejoraría el espíritu innovador logrando así que las soluciones sean acertadas. (Montenero & Cazorzi, 2021).

Sostenibilidad Empresarial

Entre los conceptos de sostenibilidad empresarial adaptados al presente documento, se resalta la afirmación de Martínez Ferrero, (2014), como la habilidad de las empresas de conservar sus operaciones durante toda su vida, con beneficios económicos y financieros; establece que, uno de los esfuerzos para la supervivencia de las organizaciones es vital la figura del líder, quien debe fijar objetivos gerenciales para promover acciones de sostenibilidad. Según Martínez entre ellos se destaca: aumentar las ventas, mejorar la imagen positiva que perciben los inversores, mejorar la reputación de la empresa, en efecto, coincide con la teoría del Manual de Oslo.

Como resultado de su investigación, este autor concluye que, la sostenibilidad empresarial es uno de los requisitos más demandados por los inversores y el mercado, lo que le permite

conseguir una ventaja competitiva; por lo anterior y como se ha afirmado en los párrafos anteriores, la innovación más que un acontecimiento es un proceso el cual evoluciona a lo largo del tiempo y le permite acercarse a la sostenibilidad empresarial.

También es importante indicar que la sostenibilidad puede impulsar inversores no sólo privados sino de carácter público, en donde entidades gubernamentales se pueden interesar en que la organización se reafirme en el mercado. Adicionalmente estas inversiones pueden contribuir a la organización para el crecimiento de su desempeño organizacional y así conservar su sostenibilidad a un periodo de tiempo más duradero. (Ata Ujan, 2019).

De acuerdo con Polanco et al., (2016) la sostenibilidad en la empresa tiene prácticas que se están empezando a identificar, entre ellas, se nombra la “gestión del cambio e innovación”; es decir, son iniciativas que se deben fortalecer por parte de la alta dirección, es conveniente recalcar que, lejos de depender de una sola persona o líder, es un proceso que involucra a un conjunto. (OCDE y EUROSTAT, 2018).

Variables influyentes en la Innovación Organizacional

En la revisión de literatura realizada, se identificaron factores elementales dentro de la innovación para alcanzar un nivel de competitividad en el mercado y generar cambios en beneficio de las organizaciones. Los factores más relevantes se pueden observar en la siguiente tabla:

Tabla 1. Factores que influyen en la innovación organizacional

Factor	Concepto	Autor
Cultura organizacional	Destacando su concepto intangible, presenta un componente crítico tanto para alcanzar y sostener la ventaja competitiva, como también para mitigar efectos de los cambios que se estén presentando en el contexto actual.	Acosta Guzmán, (2015)
Liderazgo	Conjunto de habilidades que una persona posee para influir sobre otra, con la intención de orientar e impulsar hacia la consecución del éxito.	Escandon-Barbosa & Hurtado-Ayala, (2016)
Capital humano	Es el valor que genera lo miembros individuales a la organización; este conjunto de esfuerzos y capacidades se reflejan en el desempeño corporativo.	Tulcanaza-Prieto et al., (2021)
Investigación y Desarrollo (I + D)	Se refiere a las actividades que incluye las empresas para mejorar la competitividad, para ello, se desarrollan e implementan mejoras en sus proceso y/o productos, y así obtener beneficios y permanencia en el mercado	Souza et al., (2020)

Factor	Concepto	Autor
Modelo de negocio y las estrategias empresariales	El modelo de negocio incide de manera positiva para plasmar las estrategias empresariales, y es donde define la apuesta de valor diferenciadora que se va a entregar, para asegurar una ventaja competitiva	Teece, (2010)

Fuente: Elaboración propia con base en la revisión bibliográfica.

A continuación se explicará cada uno de los factores que influyen en la innovación organizacional.

La cultura organizacional

Con los argumentos anteriores se identifica un nuevo elemento por el autor Acosta Guzmán, (2015) y es la cultura empresarial como un integrante de la innovación. Si bien, la innovación va dirigida a la reducción de gastos y desempeña un papel importante a la hora de moldear y promover la eficiencia de la empresa, no es suficiente para una trayectoria futura, se hace necesario, sembrar una cultura empresarial que innove y que dé iniciativa a los demás integrantes de la misma.

Si bien es cierto que, para las organizaciones la cultura empresarial es una iniciativa que se puede despertar en los colaboradores, también es cierto que la organización debe estar a la vanguardia de las nuevas tendencias en el mundo, logrando plantear estrategias que los colaboradores puedan adoptar como parte de sus valores y cultura personal. (Carro-Suárez et al., 2017).

Según estudio realizado por Riivari y Lämsä, (2014), sostienen que la cultura organizacional es particularmente relevante y está vinculada estrechamente a las dimensiones de la innovación organizacional. Es necesario identificar: “la innovación como proceso y la innovación como valor y principio asentado en una cultura organizativa”. (Acosta, 2016, p. 162).

De acuerdo a la investigación de Salas-Arbeláez et al., (2017) la cultura organizacional se puede relacionar con otro concepto como lo es el rendimiento, teniendo en cuenta que primero se da la cultura organizacional y que el efecto es el aumento en el rendimiento de

los colaboradores. Considerando estos dos conceptos fundamentales de la innovación, tienen una relación positiva que favorece el crecimiento de las organizaciones.

También, se encuentra en otras investigaciones que se realizan sobre el tema en consideración, y es que la efectividad del desempeño de las empresas puede incrementarse de acuerdo a las características culturales que motivan a los empleados y gerentes; es decir, una fuerte cultura organizacional, mejora las relaciones laborales y logra acercarse a tener mejores resultados de productividad, el autor señala la innovación como uno de sus efectos, según explica Tulcanaza-Prieto et al., (2021).

En otras investigaciones se evalúa el efecto que puede tener el desempeño organizacional en la innovación organizacional, en este caso hablando de Porporato, (2015), donde se indica que dependiendo el entorno y la naturaleza del trabajo se pueden generar estrategias que permitan mejorar y controlar las tareas de cada trabajo, permitiendo así que el desempeño organizacional se incremente, beneficiando a la organización.

En este sentido, resulta importante agregar la perspectiva que tiene acerca de la innovación Díaz Muñoz & Guambi Espinosa, (2018), en donde se asume como una herramienta estratégica que contribuye al cambio y permanencia en el mercado, y que no se determina con base en la cantidad de recurso humano si no a la cultura innovadora que cada empresa crea y desarrolla en sus productos o servicios. Si bien es cierto, que la cultura organizacional influye para desarrollar las capacidades de los empleados y que el recurso humano es un factor importante, se debe considerar como un motor de impulso la figura del líder. (Tulcanaza-Prieto et al., 2021).

La generación de ideas y el liderazgo

Otro aspecto a tener en cuenta es el comportamiento innovador según Naranjo-Valencia & Calderón-Hernández, (2015) donde se define como el proceso multifaces en el que el colaborador detecta una oportunidad y, crea soluciones; esta idea se da a conocer para tener el apoyo de los demás actores involucrados para que se pueda proceder con la generación de un modelo que pueda beneficiar a la organización. En las diferentes fases se evalúan características que permita llevar a un comportamiento innovador como lo es: La generación

de ideas, la promoción de las ideas y por último la implementación de las ideas. Si bien es importante la innovación organizacional, es necesario buscar y optar por una innovación abierta, dejando a un lado el paradigma de innovación dominante, razón por la cual Lewin et al., (2017) elige por diseños y prácticas que se combinen con el conocimiento externo, aunque sean difíciles de lograr, son alcanzables.

Para las organizaciones la mejora continua es fundamental para afrontar la innovación organizacional, teniendo en cuenta esto según Schumpeter menciona que el fenómeno de la innovación es el mecanismo que conlleva al desarrollo económico, es por ello que las organizaciones van a tener una ganancia incrementada que logrará que cada día mas busquen estrategias que permitan innovar y por consiguiente su desarrollo económico se vea aumentado. (Vargas & Rodriguez, 2013). La innovación también se encuentra relacionada con el resultado empresarial, en donde dependiendo de los objetivos organizacionales se pueden implementar estrategias para lograr los objetivos planteados. (Somohano Rodríguez et al., 2018).

Desde una perspectiva más general, se hace necesario que las empresas dispongan de líderes capaces de aprender e incorporar nuevas competencias, que promuevan la innovación continua y al desempeño altamente sostenible. (Ferreiro-seoane et al., 2021). De hecho y como uno de los resultados en la investigación de Tulcanaza-Prieto et al., (2021) la gestión del talento humano trasciende positivamente en la productividad y motivación de los empleados, esto se refleja en ideas innovadoras y productos exitosos.

Es por ello que, el liderazgo es tan importante para aquellas organizaciones que están en busca de una mejora continua y aquellas que asumen el riesgo al innovar; según el concepto de Escandon-Barbosa & Hurtado-Ayala, (2016) el liderazgo corresponde a la habilidad de una persona para tener un impacto positivo sobre otra persona con el objetivo de lograr las metas establecidas por la organización. También se le llama liderazgo carismático, teniendo en cuenta que se busca influir sobre los demás colaboradores, llevándolos a una mejora creativa y por ende a la innovación. Según do Adro & Leitão, (2020) la innovación organizacional la describe como ejecución de ideas o procesos que puedan conllevar a

nuevas tareas, de esta manera se logra ser creativo para mejorar la capacidad de las organizaciones para alcanzar sus propósitos.

Relación entre innovación y capital humano

Otro aspecto importante como elemento positivo de la innovación según Espinoza & Romero, (2016) es la calidad de los recursos humanos, ya que tener capital humano con habilidades y disposición de innovación, es tener la certeza de que los trabajadores adopten de forma positiva la mejora en sus procesos y se refleja en la productividad. La innovación organizacional también da una ventaja competitiva que le permite a las organizaciones ser sostenibles en el tiempo, Teniendo un impacto en el clima organizacional y en la creatividad. (Banmairuroy et al., 2021).

La investigación y desarrollo (I + D)

Es importante señalar que, según la actividad económica que desarrolle la empresa, la innovación interviene directamente al desarrollo tecnológico y la competitividad, por esta razón las empresas suscitadas por proyectos que dependen de la innovación, tienen la tarea principal en su marco de gestión estratégica implementar la investigación y el desarrollo (I + D) que le permita implementar nuevos productos y procesos para lograr una fuerte presencia en el mercado. (Souza et al., 2020). En este sentido, es necesario destacar la afirmación de Crepon et al., (1998) en su estudio de modelo estructural, revela que, la productividad es el resultado de la innovación y el resultado de la innovación es gracias la inversión en investigación y está relacionado fuertemente con la intensidad de (I+D). Es por ello que la innovación organizacional la mayoría de las veces se ejecuta para lograr el aumento de la eficiencia operativa y a su vez tener un talento humano satisfecho que permita a la organización mantener la competitividad en el mercado. (Steiber & Alänge, 2015b).

Desde otro punto de vista Shafi et al., (2020) indica que la innovación gira entorno al desarrollo tecnológico para las organizaciones que buscan mejoras en los productos y servicios. Es por ello que la creatividad y la innovación son tan importantes en búsqueda del cumplimiento de objetivos. Aunque se requiera del desarrollo tecnológico hay factores que

pueden innovar para mejorar prácticas laborales, métodos y procesos para lograr un mejor efecto en la organización.

Innovación en el modelo de negocio y las estrategias empresariales

Por su parte, Teece, (2010) insiste en que un modelo de negocios es la esencia crucial para desarrollar el espíritu empresarial, la innovación y el rendimiento, además que este mismo concepto refleja la hipótesis de la gerencia; el autor quiere demostrar que, para lograr una fuente de ventaja competitiva y duradera en el tiempo es vital un modelo de negocio el cual debe perfeccionarse y enfocarse a las necesidades del cliente, así mismo, advierte que de lograr óptimos resultados no va ser sencillo para la competencia.

Por otro lado y con frecuencia, se estudia la innovación organizacional desde la perspectiva técnica, pero poco se ha centrado en investigar sobre la innovación organizativa, de acuerdo a esto es importante definir un modelo integral que le permita a la innovación abarcar todo lo que conlleva el desarrollo y a su vez las mejoras organizacionales. Este método integral debe constar de creación, promocionar y conservar la innovación organizacional como si fuera parte del sistema. (Steiber & Alänge, 2015a)

Ahora bien y para finalizar, se hace necesario revisar la analogía de López-Torres et al., (2016) en donde supone que, para aprovechar el potencial innovador inmerso en un mercado altamente globalizado y competitivo, las organizaciones deberían, por un lado, modificar constantemente sus estrategias empresariales para reformar sus procesos y adecuarlas a las exigencias del mercado.

Conclusiones

Dentro del análisis expuesto, se debe señalar que los resultados obtenidos a través de esta investigación son de carácter exploratorio, por tal razón, no son definitivos y/o concluyentes. Aunque se esperaba que un gran porcentaje de los artículos en el tema de innovación

empresarial se publicarán entre los últimos 6 años (2021-2016), es necesario aclarar que se incluyeron investigaciones entre el 2013 y 2014, e inclusive un documento del año 1998, ya que fue posible vislumbrar información relevante.

De acuerdo con lo expuesto, se ha evidenciado que en el mundo de los negocios, se está colocando en manifiesto la importancia de la innovación en todos sus procesos como una forma de sobrevivencia. La innovación evoluciona a lo largo del tiempo y genera en las empresas un crecimiento y una posición en el mercado, pero se requiere de un esfuerzo sistemático, en este sentido, hay que destacar lo siguiente:

- Se iniciará con la figura del líder, el cual toma un papel indispensable para la empresa, y que depende de sus capacidades gerenciales para conducirla adecuadamente a las exigencias del mercado altamente competitivo.
- Es interesante encontrar que la figura del líder influye para que exista un cambio en la cultura organizacional, otro factor identificado durante la revisión de fuentes secundarias, donde se afirma que una fuerte cultura organizacional, hace que los miembros de una empresa sean capaces de adherirse de forma positiva la mejora en sus procesos, pero para que este cambio pueda darse, es necesario disponer de talento humano, que tenga disposición de innovación.
- Así como la innovación influye para que las empresas perduren en el tiempo, es necesario nombrar como factor coadyuvante, la estrategia empresarial, la cual es encargada por la gerencia para marcar el camino a seguir y crear una iniciativa colectiva de compromiso, de pensamiento creativo e innovador.
- La estrategia empresarial debe tener dentro de su marco de gestión la competitividad; esta capacidad tiene una relación estrecha con la innovación, la investigación y desarrollo (I + D), para que las empresas tengan la visión de nuevos productos y mejoras en sus procesos.

Con base en estas conclusiones, los profesionales deberían considerar realizar estudios basados en la realidad de empresas que han logrado una permanencia en el mercado y en la percepción que tenga el equipo directivo de la misma.

Referencias

- Acosta Guzmán, J. A. (2015). La Innovación Empresarial Y La Cultura Organizacional. *3C Empresa, Investigación y Pensamiento Crítico*, 4(3), 160–174. <https://doi.org/10.17993/3cemp.2015.040323.160-174>
- Analyze Search Results, Scopus, 2021. (n.d.).
- Ata Ujan, A. (2019). CSR symbolic potential and business sustainability. In *Cogent Business and Management* (Vol. 6, Issue 1). Cogent OA. <https://doi.org/10.1080/23311975.2019.1699299>
- Banmairuoy, W., Kritjaroen, T., & Homsombat, W. (2021). The effect of knowledge-oriented leadership and human resource development on sustainable competitive advantage through organizational innovation's component factors: Evidence from Thailand's new S-curve industries. *Asia Pacific Management Review*. <https://doi.org/10.1016/j.apmr.2021.09.001>
- Carro-Suárez, J., Sarmiento-Paredes, S., & Rosano-Ortega, G. (2017). Organizational culture and its influence in business sustainability. The importance of culture in corporate sustainability. *Estudios Gerenciales*, 33(145), 352–365. <https://doi.org/10.1016/j.estger.2017.11.006>
- Cozzarin, B. P., Kim, W., & Koo, B. (2017). Does organizational innovation moderate technical innovation directly or indirectly? *Economics of Innovation and New Technology*, 26(4), 385–403. <https://doi.org/10.1080/10438599.2016.1203084>
- Crepon, B., Duguet, E., & Mairessec, J. (1998). Research, Innovation And Productivity: An Econometric Analysis At The Firm Level. *Economics of Innovation and New Technology*, 7(2), 115–158. <https://doi.org/10.1080/104385998000000031>
- Díaz Muñoz, G. A., & Guambi Espinosa, D. R. (2018). La innovación: baluarte fundamental para las organizaciones. *INNOVA Research Journal*, 3(10.1), 212–229. <https://doi.org/10.33890/innova.v3.n10.1.2018.843>
- do Adro, F. J. N., & Leitão, J. C. C. (2020). Leadership and organizational innovation in the third sector: A systematic literature review. *International Journal of Innovation Studies*, 4(2), 51–67. <https://doi.org/10.1016/j.ijis.2020.04.001>

- Escandon-Barbosa, D. M., & Hurtado-Ayala, A. (2016). Influence of leadership styles in the performance of Colombian export companies. *Estudios Gerenciales*, 32(139), 137–145. <https://doi.org/10.1016/j.estger.2016.04.001>
- Espinoza, G., & Romero, J. (2016). 8. *Innovación y diseño para la estrategia empresarial. Libro Pearson Educación.* .
- Ferreiro-seoane, F. J., Miguéns-refojo, V., & Atrio-lema, Y. (2021). Can talent management improve training, sustainability and excellence in the labor market? *Sustainability (Switzerland)*, 13(12). <https://doi.org/10.3390/su13126645>
- Lewin, A. Y., Välikangas, L., & Chen, J. (2017). Enabling Open Innovation: Lessons from Haier. *International Journal of Innovation Studies*, 1(1), 5–19. <https://doi.org/10.3724/SP.J.1440.101002>
- López-Torres, G. C., Maldonado Guzmán, G., Pinzón Castro, S. Y., & García Ramírez, R. (2016). Colaboración y actividades de innovación en Pymes. *Contaduría y Administración*, 61(3), 568–581. <https://doi.org/10.1016/j.cya.2015.05.016>
- Martínez Ferrero, J. (2014). Effect of sustainable practices on capital costs and corporate reputation. *Revista de Contabilidad-Spanish Accounting Review*, 17(2), 153–162. <https://doi.org/10.1016/j.rcsar.2013.08.008>
- Montenero, V., & Cazorzi, C. (2021). Attempts by mncs to expand the creative and innovative spirit through the concept of agility: role of global managers. *Central European Business Review*, 10(1), 55–76. <https://doi.org/10.18267/J.CEBR.247>
- Naranjo-Valencia, J. C., & Calderón-Hernández, G. (2015). Building a culture of innovation. A proposal for cultural transformation. *Estudios Gerenciales*, 31(135), 223–236. <https://doi.org/10.1016/j.estger.2014.12.005>
- Oslo Manual 2018*. (2018). OECD. <https://doi.org/10.1787/9789264304604-en>
- Polanco, J., Ramírez, F., & Orozco, M. (2016). International standards effect on corporate sustainability: A senior managers' perspective. In *Estudios Gerenciales* (Vol. 32, Issue 139, pp. 181–192). Universidad Icesi. <https://doi.org/10.1016/j.estger.2016.05.002>
- Porporato, M. (2015). Management accounting for controlling or coordination in turbulent environments: Their impact on organizational performance. *Contaduría y Administración*, 60(3), 511–534. <https://doi.org/10.1016/j.cya.2015.02.002>

- Riivari, E., & Lämsä, A. M. (2014). Does it Pay to Be Ethical? Examining the Relationship Between Organisations' Ethical Culture and Innovativeness. *Journal of Business Ethics*, 124(1), 1–17. <https://doi.org/10.1007/s10551-013-1859-z>
- Robayo Acuña, P. V. (2016). La innovación como proceso y su gestión en la organización: una aplicación para el sector gráfico colombiano. *Suma de Negocios*, 7(16), 125–140. <https://doi.org/10.1016/j.sumneg.2016.02.007>
- Salas-Arbeláez, L., García Solarte, M., & Murillo Vargas, G. (2017). Efecto de la cultura organizacional en el rendimiento de las PYMES de Cali. *Suma de Negocios*, 8(18), 88–95. <https://doi.org/10.1016/j.sumneg.2017.11.006>
- Shafi, M., Zoya, Lei, Z., Song, X., & Sarker, M. N. I. (2020). The effects of transformational leadership on employee creativity: Moderating role of intrinsic motivation. *Asia Pacific Management Review*, 25(3), 166–176. <https://doi.org/10.1016/j.apmrv.2019.12.002>
- Somohano Rodríguez, F. M., López Fernández, J. M., & Martínez García, F. J. (2018). The effect of innovation on business performance in economic downturn. An application to the automotive industry. *Revista de Contabilidad-Spanish Accounting Review*, 21(1), 91–105. <https://doi.org/10.1016/j.rcsar.2017.11.001>
- Souza, D. G. B., Silva, C. E. S., & Soma, N. Y. (2020). Selecting Projects on the Brazilian RD Energy Sector: A Fuzzy-Based Approach for Criteria Selection. *IEEE Access*, 8, 50209–50226. <https://doi.org/10.1109/ACCESS.2020.2979666>
- Steiber, A., & Alänge, S. (2015a). Organizational innovation: a comprehensive model for catalyzing organizational development and change in a rapidly changing world. *Triple Helix*, 2(1). <https://doi.org/10.1186/s40604-015-0021-6>
- Steiber, A., & Alänge, S. (2015b). Organizational innovation: verifying a comprehensive model for catalyzing organizational development and change. *Triple Helix*, 2(1). <https://doi.org/10.1186/s40604-015-0026-1>
- Teece, D. J. (2010). Business models, business strategy and innovation. *Long Range Planning*, 43(2–3), 172–194. <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2009.07.003>
- Tulcanaza-Prieto, A. B., Aguilar-Rodríguez, I. E., & Artieda, C. (2021). Organizational culture and corporate performance in the ecuadorian environment. *Administrative Sciences*, 11(4). <https://doi.org/10.3390/admsci11040132>
- Vargas, G., & Rodriguez, C. (2013). 30. Un análisis microeconómico de los efectos de la innovación en el desarrollo y el bienestar social. <https://pdf.sciencedirectassets.com/312386/1-s2>