



Asociación empresarial y la gestión en la innovación

Business association and innovation management

Associação Empresarial e Gestão da Inovação

Mario Fernando Fajardo Vanegas ^I
mfajardo@itsjapon.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0002-2723-9850>

Karina Elizabeth Jácome Pupiales ^{II}
kjacome@itsjapon.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0003-3192-5084>

Correspondencia: mfajardo@itsjapon.edu.ec

Ciencias Económicas y Empresariales
Artículo de Investigación

* **Recibido:** 23 de mayo de 2022 * **Aceptado:** 12 de junio de 2022 * **Publicado:** 14 de julio de 2022

- I. Instituto Superior Tecnológico Japón, Ecuador.
- II. Instituto Superior Tecnológico Japón, Ecuador.

Resumen

Las asociaciones empresariales agrupan a un conjunto de empresas que poseen un interés común, constituyendo una herramienta efectiva que sirve de punto de encuentro para el desarrollo económico, financiero y social de cada uno de los participantes, logrando este objetivo mediante tratados y acuerdos previamente establecidos con la finalidad de promover el logro de condiciones favorables para todos los miembros en conjunto, apoyarse entre ellos y defender intereses comunes en un área o campo específico para incentivar el desarrollo de diversas funciones. Por otra parte, en la actualidad la gestión de la innovación es una herramienta fundamental para alcanzar los objetivos de desarrollo empresarial mediante la implementación y explotación económica de nuevas ideas y descubrimientos, así como la implementación de la cultura innovadora en una organización, con el propósito de promover y desarrollar nuevas ideas y oportunidades de negocio. En el presente documento se extrae información relevante de la asociación empresarial y la gestión de innovación, realizando un análisis primario de estos conceptos y cómo se interrelacionan entre sí como herramientas y estrategias novedosas que ayudan a fortalecer y mantener la competitividad de las empresas en un mundo cada vez más tecnológico y globalizado.

Palabras Clave: Asociación empresarial; gestión; innovación; gestión en la innovación.

Abstract

Business associations bring together a group of companies that have a common interest, constituting an effective tool that serves as a meeting point for the economic, financial and social development of each of the participants, achieving this objective through treaties and agreements previously established with the purpose of promoting the achievement of favorable conditions for all members as a whole, supporting each other and defending common interests in a specific area or field to encourage the development of various functions. On the other hand, today innovation management is a fundamental tool to achieve business development objectives through the implementation and economic exploitation of new ideas and discoveries, as well as the implementation of innovative culture in an organization, with the purpose to promote and develop new ideas and business opportunities. In this document, relevant information is extracted from the business association and innovation management, carrying out a primary analysis of these concepts

and how they interrelate with each other as innovative tools and strategies that help strengthen and maintain the competitiveness of companies in a world increasingly technological and globalized.

Keywords: Business association; management; innovation; innovation management.

Resumo

As associações empresariais reúnem um conjunto de empresas que têm um interesse comum, constituindo um instrumento eficaz que serve de ponto de encontro para o desenvolvimento económico, financeiro e social de cada um dos participantes, atingindo este objetivo através de tratados e acordos previamente estabelecidos com o objetivo de promover a obtenção de condições favoráveis para todos os membros como um todo, apoiando-se mutuamente e defendendo interesses comuns em uma área ou domínio específico para estimular o desenvolvimento de várias funções. Por outro lado, hoje a gestão da inovação é uma ferramenta fundamental para atingir os objetivos de desenvolvimento empresarial através da implementação e exploração económica de novas ideias e descobertas, bem como da implementação da cultura inovadora numa organização, com o objetivo de promover e desenvolver novas ideias. e oportunidades de negócios. Neste documento, são extraídas informações relevantes da associação empresarial e gestão da inovação, realizando uma análise primária desses conceitos e como eles se relacionam entre si como ferramentas e estratégias inovadoras que ajudam a fortalecer e manter a competitividade das empresas em um mundo cada vez mais tecnológico. e globalizado.

Palavras-chave: Associação Empresarial; gestão; inovação; gestão da inovação.

Introducción

El entorno empresarial es dinámico, razón por la cual las organizaciones se enfocan en mejorar el desempeño y ser cada vez más competitivas, lo que ha motivado el surgimiento y perfeccionamiento de las denominadas asociaciones empresariales. Bajo esta premisa, la innovación, como forma de obtener un bien o servicio novedoso o altamente mejorado, es un promotor del crecimiento económico, la competitividad y la prosperidad de las organizaciones, brindando la innovación ventajas múltiples competitivas(Sillanpää & Junnonen, 2012).

Por otra parte, la gestión de la innovación es un mecanismo que permite formalizar el proceso de innovación, facilitando que las empresas generen nuevas ideas, prácticas y productos de forma

sistemática, produciendo un efecto positivo de la innovación en el desempeño de las pequeñas, medianas y grandes empresas (Pinheiro & Tigre, 2015) (Moya, 2015). La gestión de los procesos de innovación involucra una serie de herramientas y, en general, responde a una estructura que relaciona recursos, habilidades, conocimientos, tecnología, gestión y negocio (Rivera, 2012). Por lo tanto, la gestión de la innovación es una herramienta estratégica para la supervivencia de las organizaciones.

Si las organizaciones pretenden alcanzar el éxito en el logro de una ventaja competitiva mediante el desarrollo de la innovación, deben desarrollar una implementación efectiva de la gestión de la innovación, para lo cual necesitan definir estrategias y construir una estructura administrativa para apoyar sus innovaciones (Dereli, 2015). Así mismo lo señala Taghizadeh et al. (2014) al expresar que las empresas pueden tener éxito o no al aplicar sus estrategias, por lo que es importante definir procedimientos para medir y analizar la gestión de la innovación e identificar las mejoras necesarias para contribuir a lograr el desempeño deseado.

La presente revisión de literatura extrae información relevante referente a los términos actualmente empleados de asociación empresarial y gestión de innovación, haciendo un análisis primario de los conceptos fundamentales y cómo se interrelacionan entre sí como estrategias novedosas que ayudan a fortalecer y mantener la competitividad de las empresas en un mundo cada vez más tecnológico y globalizado.

Asociación empresarial

Existe un amplio consenso sobre desarrollo económico de que el éxito en la formulación, implementación y ejecución de cualquier estrategia empresarial descansa en gran parte en que esta promueva la participación de los actores principales, garantizando el acuerdo entre los involucrados la legitimidad y el permanente esfuerzo de los planes de desarrollo. Sin embargo, no hay métodos o estrategias exactas para lograr este cometido, además que no hay certezas respecto a quién debe liderar el proceso, a través de qué mecanismos recoger las opiniones de los demás actores pertinentes, evaluar los avances y ajustar el rumbo de la acción. Lo cierto es que el grupo de actores clave en cualquier tipo de diálogo que pretenda abordar temas de índole económica, productiva y social debería incluir interlocutores del gobierno, de la academia, del empresariado y de la sociedad civil y las asociaciones empresariales representan la opción más oportuna (Bravo et al., 2020).

Las asociaciones empresariales se pueden definir como aquellas organizaciones de índole privado que se fundamentan en tratados y acuerdos establecidos entre empresas o empresarios miembros que se agrupan de manera formal y pública con la finalidad de promover el logro de condiciones favorables para todos los miembros en conjunto, apoyarse entre ellas y defender intereses comunes en un área o campo específico para incentivar el desarrollo de diversas funciones (Colmenar, 2016). Todas las organizaciones, independiente de que sean pequeñas, medianas y grandes, recurren a una amplia gama de recursos, que pueden ser internos y externos al negocio, constituyendo las asociaciones empresariales una fuente de recursos externos, establecidas generalmente en membresías que son comparadas con otros proveedores externos de asesoramiento que buscan brindar un conocimiento experto particular. Estos proveedores van desde el sector privado, pasando por las redes sociales de amigos y familiares, hasta el sector público, sin embargo, las asociaciones empresariales brindan más que consejos a una empresa, también tienen una gama de funciones que ofrecen oportunidades sociales, marketing, compras colectivas, autorregulación y gestión, además de representación de los intereses de la empresa (Bennett & Ramsden, 2007).

Señala Colmenar (2016) que existen características básicas que identifican claramente el objetivo de las asociaciones empresariales, características que pueden variar de acuerdo a la ubicación geográfica y tamaño de la asociación, aun así entre los principales planes de acción que definen a las asociaciones empresariales se pueden mencionar:

- Negociaciones colectivas laborales.
- Planteamiento de conflictos colectivos de trabajo.
- Diálogo social.
- Participación de las empresas en los organismos públicos de las administraciones laborales para la defensa de los intereses generales de los empresarios.
- Alcanzar la unificación de criterios para establecer acuerdos en el establecimiento de las directrices para la solución de problemas comunes de las organizaciones.
- Informar y asesorar a los empresarios en todas aquellas materias que puedan ofrecer un interés profesional, estableciendo al efecto los servicios que sean necesarios.
- Informar, asesorar y negociar con los diversos niveles administrativos cuando sea necesario debatir asuntos que afecten de manera general los intereses de las empresas.
- Promover la armonía y la concordia entre los empresarios evitando diferencias por causas profesionales o económicas con el fin de propiciar la competencia leal.

- Mantener relaciones institucionales con otras asociaciones de ámbito territorial superior.
- Asesorar jurídica, económica y técnicamente los empresarios.
- Cualquier otro objetivo que suponga un interés socioeconómico común a la generalidad de las organizaciones.
- Mejorar la competitividad de los dueños de empresas favoreciendo la aplicación y desarrollo de programas de formación continua de tal manera de incrementar las oportunidades de desarrollo en el área en que se desarrolle el negocio.

El análisis de la asociación empresarial tiende a ser muy complejo, por tratarse de un sistema que integra actividades, recursos y agentes. Además, en la actualidad es fundamental el desarrollo de líderes que potencialicen los procesos de aprendizaje colectivo que a la vez propicien comportamientos innovadores, por tanto, el diseño de redes sociales, institucionales y empresariales es cada vez más necesario para crear proyectos con recursos comunes que generen valor(Vélez Bernal et al., 2019).

Gestión en la innovación

El término de gestión en ocasiones se establece como sinónimo de administración, sin embargo, aunque administrar engloba el proceso que se realiza de organizar donde intervienen teorías y técnicas diseñadas de forma específica para esta disciplina, gestionar abarca exclusivamente la realización de labores que no siguen normas o prácticas tradicionales que tienen por finalidad el logro de ciertos objetivos o resultados con, generalmente, un impacto social(Cantú & Zapata, 2006).

De acuerdo a lo anterior la gestión se orienta a la acción en redes de miembros que requieren, a través de condiciones distintas, el estímulo necesario para la creatividad conjunta, tal vez con medidas que, en ocasiones, pueden agredir o contradecir las normativas propias de la administración, superando ciertos paradigmas de la acción(Damanpour & Schneider, 2006).

Por otra parte, el término innovación es muy recurrente actualmente como paradigma y solución a diversas problemáticas, diversos autores coinciden en señalar que el desarrollo de la capacidad innovadora representa un aspecto fundamental para el esquema empresarial, donde es vital alcanzar

adecuados niveles de gestión de la innovación que permitan la posibilidad de adquirir e incorporar conocimientos científico-tecnológicos novedosos a la actividad productiva, siempre con la finalidad de mantener y aumentar la competitividad, eficiencia y eficacia en concordancia con los estándares internacionales de calidad (Mejías-Leyva & Morejón-Borjas, 2017).

De acuerdo a lo expresado por García (2009) la innovación es el fundamento del crecimiento global de una economía, calculando que representa el 80% del crecimiento del nivel de productividad y, al mismo tiempo, la productividad contribuye al 80% del crecimiento del PIB de las naciones. Por tanto, la innovación es un proceso de transferencia de nuevas ideas a usuarios finales satisfechos, lo que representa una conversión de nuevos conocimientos en productos y servicios novedosos, es decir, tiene que ver con la creación de valores y el aumento de la eficiencia, lo que se traduce en crecimiento organizacional. Es un impulso inicial, que permite el progreso constante de una organización y su gente.

Sin innovación, nunca existirían nuevos productos, nuevos servicios y nuevas formas de hacer negocios y la mayoría de las organizaciones continuarían haciendo las mismas cosas de siempre de la misma manera para siempre, por lo que no existiría el progreso, descansando en esta premisa la esencia y sentido de la innovación. Las empresas innovan para mejorar sus productos y servicios, mantenerse existentes y ganar nuevos consumidores, encontrar nuevas formas de resolver problemas, ahorrar dinero, asegurar su negocio, hacer las tareas más fáciles, rápidas y/o más placenteras, así como para lograr resultados sorprendentes o divertidos, lo cual propicia la sana competencia empresarial (Milic, 2013).

Los procesos de innovación de las empresas deben facilitar la obtención de respuestas de dos aspectos básicos, por una parte por lo impredecible de los mercados y por otra, a las oportunidades existentes en el momento actual, esto último considerando que el mundo vive en una constante evolución, anteriormente las circunstancias eran mucho más estables y predecibles con respecto a el momento actual, especialmente por el surgimiento de una serie de factores externos que obligan a las empresas a gestionar todos los procesos de una forma mucho más abierta (Acuña, 2016).

Es válido señalar que la innovación no depende estrictamente del desarrollo de la tecnología, esto quiere decir que el proceso innovador puede involucrar aspectos económicos, sociales, tecnológicos, organizativos y estratégicos que se originan y desarrollan en los diversos niveles de las organizaciones.

Ahora bien, de acuerdo a los conceptos analizados la gestión de la innovación se define como la implementación y explotación económica de nuevas ideas y descubrimientos, así como la implementación de la cultura innovadora en una organización, con el propósito de promover y desarrollar nuevas ideas y oportunidades de negocio (Milic, 2013). Asimismo, Stošić (2007) expresa que la gestión de la innovación consiste en estrategias de innovación, cultura innovadora, gestión de ideas e implementación del proceso de innovación. Por otra parte, Tidd & Bessant (2013) señalan que la gestión de la innovación tiene como objetivo los procesos sistemáticos, que las organizaciones utilizan para desarrollar productos, servicios y procesos comerciales nuevos y mejorados. Incluye la explotación de ideas creativas generadas por los empleados de una organización, así como establecer un flujo consistente de innovación rentable dirigida al mercado, de forma rápida y eficiente.

Es ampliamente reconocido que la innovación es un factor clave para la competitividad empresarial y el desarrollo económico. Además, el proceso de innovación se considera un proceso empresarial esencial que se debe gestionar de manera adecuada para obtener beneficios de él (Matias & Coelho, 2011). Actualmente, la innovación se puede gestionar a través de Sistemas Estandarizados de Gestión de la Innovación (SIMS), los cuales son un conjunto de estándares diseñados para ayudar a las empresas a navegar el complejo proceso de innovación, sistematizar las actividades y mejorar la eficiencia de la gestión (Mir et al., 2016).

Antes de la reciente aparición de los SIMS, no se disponía de un estándar específico para gestionar el proceso de innovación empresarial, por lo que estos recursos novedosos eran solucionados mediante el uso de sistemas como el de Gestión de Calidad Total, el cual todavía se utilizan con frecuencia o mediante la aplicación de la norma ISO 9001 para la gestión de calidad, sistemas que han sido referencia de los nuevos estándares de gestión que se han perfeccionados mediante el estudio de beneficios, límites y desventajas en el contexto de la creatividad y la innovación (Mir et al., 2016).

En los últimos años, es evidente que estos modelos normativos han cambiado con el surgimiento de las primeras iteraciones de los SIMS en varios países como Brasil, Colombia, Dinamarca, Francia, Irlanda, México, Portugal, Rusia, España y Reino Unido. Los contextos normativos de estos marcos están cambiando considerablemente y seguirán cambiando en el futuro, considerando publicaciones como la del Comité Europeo de Normalización en 2013: Gestión de la Innovación:

Sistema de Gestión de la Innovación y la creación del Comité Técnico de Gestión de la Innovación que desarrolló la norma ISO 50501 para la gestión de la innovación a nivel internacional emitida en 2018. Por tanto, las directrices de la gestión de innovación, independientemente del país o ámbito territorial de enfoque, comparten un objetivo común y es el de gestionar de forma sistemática y eficiente los procesos de innovación de las empresas para mejorar la capacidad innovadora y el rendimiento empresarial (Mir-Mauri & Casadesus, 2011).

Para el manejo de la gestión de la innovación se aplican diversas técnicas y metodologías en cada una de las etapas que constituyen el proceso innovador, con el objetivo de enfrentar el riesgo asociado y gestionar el propio proceso de forma apropiada para alcanzar una mayor eficiencia, constituyendo estas técnicas y metodologías las herramientas de gestión de la innovación. Cada una de estas herramientas poseen características propias, métodos de aplicación particular y, en base a singularidades distintivas, son llevadas a la práctica en las diferentes fases del proceso de innovación. El empleo de estas herramientas estimula el desarrollo del pensamiento estratégico y facilita la identificación de aquellas áreas que necesitan ser mejoradas, resultando instrumentos válidos para que las organizaciones puedan identificar cuáles son las amenazas, debilidades, oportunidades y fortalezas, además de impulsar la importancia del aspecto humano en todo el proceso innovador (Du Preez & Louw, 2008).

Entre las principales herramientas de gestión de la innovación se pueden mencionar:

- **Vigilancia estratégica:** Conocida también como inteligencia competitiva, permite obtener información del entorno, estudiarla y transformarla en conocimiento para la toma de decisión de menor riesgo y anticiparse a los cambios. Esta herramienta engloba cuatro aspectos: vigilancia tecnológica, vigilancia competitiva, vigilancia comercial y vigilancia del entorno (Karima & Zohra, 2021).
- **Previsión y prospectiva tecnológica:** Tiene por finalidad el análisis de los escenarios de evolución tecnológica, la posible aparición de tecnologías radicalmente novedosas y los factores que condicionan estos escenarios. Adaptando cada empresa los estudios de prospectiva de acuerdo a las características y necesidades (Cho, 2018).
- **Análisis interno/externo:** Permite establecer la comparación de la situación real de la organización con la realidad del entorno con el fin de analizar la transmisión de la información en el interior de la empresa. El análisis interno considera áreas como recursos

materiales y humanos susceptibles de ejecutar proyectos de investigación, desarrollo e innovación tecnológica, clasifica conocimientos y habilidades y analiza los factores de fracaso y éxito de proyectos ejecutados. Por otra parte, el análisis externo realiza diversos estudios como la evolución de mercados y análisis comparativos de productos y servicios de la competencia con el objetivo de identificar las oportunidades y amenazas, así como valorar la importancia de las diversas ideas innovadoras para la organización (Al-Hawary & Al-Hamwan, 2017).

- **Creatividad:** Herramienta fundamental para la generación de ideas novedosas y resolver los conflictos que pueden surgir en el día a día de la organización, considerando que toda innovación es el resultado de una idea (Amabile & Khairi, 2008).
- **Gestión del conocimiento:** Permite capitalizar las lecciones aprendidas fruto de los éxitos y fracasos del desarrollo de proyectos previos. Por tanto, esta herramienta tiene como finalidad ofrecer los mecanismos necesarios para abordar la solución de conflictos en base a la información recopilada acerca de situaciones anteriores con el fin de no repetirlos. Con el fin de desarrollar una adecuada gestión del conocimiento es necesario que se identifiquen, capturen, organicen y almacenen los conocimientos de los trabajadores, con el fin de convertirlos en activos para compartir en pro de generar beneficios para la organización (Aleinikov et al., 2017).
- **Cooperación tecnológica:** Se entiende como el convenio o acuerdo entre dos o más entidades independientes con el fin de compartir parte de los recursos y capacidades para desarrollar actividades de investigación, desarrollo e innovación tecnológica, lo que permite alcanzar beneficios globales en términos de transferencia de conocimiento, apertura a mercados novedosos, mayor facilidad de financiación externa de los proyectos y, especialmente, de reparto de recursos, esfuerzos y riesgo (Arranz, 2009).

Finalmente, si las empresas pretenden tener éxito en el logro de una ventaja competitiva mediante el desarrollo de la innovación, debe tener una implementación efectiva de la gestión de la innovación, para lo cual necesita definir estrategias y construir una estructura administrativa para apoyar todas las innovaciones (Dereli, 2015), por lo que es importante diseñar procedimientos

adecuados para medir y analizar la gestión de la innovación e identificar las mejoras necesarias para contribuir a lograr el desempeño deseado (Melendez et al., 2019).

Conclusión

Las asociaciones empresariales representan un factor determinante para el éxito de iniciativas de fomento productivo de las empresas, desempeñando esta figura un papel articulador de los sistemas económicos territoriales en los que están insertos. Estas asociaciones, además de representar a un importante número de miembros, están técnicamente preparadas, poseen un fuerte arraigo en el territorio de pertenencia y fomentan un elevado compromiso con la generación de estrategias de desarrollo basadas en la construcción de bienes colectivos locales.

Por otra parte, este siglo está marcado por la innovación en productos, procesos, servicios, lo cual requiere de mucha gestión y creatividad, para ello es necesario que confluyan muchos aspectos que generan la innovación, siendo uno de los aspectos relevantes el contar con un personal idóneo que posibilite el desarrollo de estrategias, con capacidad de relacionarse con otros de manera interna y externa, que tenga apertura hacia lo nuevo, siendo un personal calificado y en continuo aprendizaje, que puede integrarse en equipos interdisciplinarios para lograr buenos resultados en la organización.

Sin embargo, para que el personal se alinee a las estrategias organizacionales, se consolide y trabaje en equipo, es necesario tener líderes comprometidos, enfocados a crear valor a la sociedad, con apropiación adecuada de los recursos disponibles, que tengan conciencia ambiental, con valores que los conviertan en profesionales integrales, con amplios conocimientos, que conlleven a fomentar en los equipos, responsabilidad, generación de ideas, disciplina y búsqueda del cumplimiento de metas, valores que propician las asociaciones empresariales como entes que normatizan los requisitos y necesidades de un grupo de organizaciones pertenecientes a un área determinada. Resaltando que esta asociación que inicialmente se encuentra dividida genera beneficios en torno al sistema productivo, lo que redundará en una mayor productividad y en el fortalecimiento de la dinámica empresarial.

Referencias

1. Acuña, P. V. R. (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.

2. Aleinikov, A., Maltseva, D., Kurochkin, A., & Koulakova, T. (2017). Information and Information Technologies in Conflict Management. En *Management of Information Systems*. IntechOpen. <https://doi.org/10.5772/intechopen.72109>
3. Al-Hawary, S. I. S., & Al-Hamwan, A. M. (2017). Environmental Analysis and its Impact on the Competitive Capabilities of the Commercial Banks Operating in Jordan. *International Journal of Academic Research in Accounting, Finance and Management Sciences*, 7(1), Pages 277-290. <https://doi.org/10.6007/IJARAFMS/v7-i1/2701>
4. Amabile, T. M., & Khaire, M. (2008, octubre 1). Creativity and the Role of the Leader. *Harvard Business Review*. <https://hbr.org/2008/10/creativity-and-the-role-of-the-leader>
5. Arranz, N. (2009). TECHNOLOGICAL COOPERATION: A NEW TYPE OF RELATIONS IN THE PROGRESS OF NATIONAL INNOVATION SYSTEMS. 14, 11.
6. Bennett, R. J., & Ramsden, M. (2007). The Contribution of Business Associations to SMEs: Strategy, Bundling or Reassurance? *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship*, 25(1), 49-76. <https://doi.org/10.1177/0266242607071781>
7. Bravo, E., Dini, M., & Rueda, M. (2020). La contribución de las asociaciones empresariales al desarrollo de las políticas productivas: Elementos para la elaboración de un marco analítico. 63.
8. Cantú, S. O., & Zapata, Á. R. P. (2006). ¿Qué es la Gestión de la Innovación y la Tecnología (GInnT)? *Journal of Technology Management & Innovation*, 1(2), 64-82.
9. Cho, Y. (2018). Exploring Technology Forecasting and Its Implications for Strategic Technology Planning. <https://doi.org/10.15760/etd.6108>
10. Colmenar, D. (2016). Finalidad de las asociaciones empresariales. <https://www.diariocolmenar.com/actualidad/1182-finalidad-de-las-asociaciones-empresariales>
11. Damanpour, F., & Schneider, M. (2006). Phases of the Adoption of Innovation in Organizations: Effects of Environment, Organization and Top Managers¹. *British Journal of Management*, 17(3), 215-236. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8551.2006.00498.x>
12. Dereli, D. D. (2015). Innovation Management in Global Competition and Competitive Advantage. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 195, 1365-1370. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.06.323>

13. Du Preez, N., & Louw, L. (2008). A framework for managing the innovation process. 546-558. <https://doi.org/10.1109/PICMET.2008.4599663>
14. García, D. B. (2009). Mejores prácticas de emprendimiento innovador en España. EOI Escuela de Organización Industrial.
15. Karima, K., & Zohra, D. (2021). The Impact of Strategic Vigilance on E-management in the National Railway Transport Company (SNTF). *Journal of Information Technology Management*, 13(2), 202-230. <https://doi.org/10.22059/jitm.2021.80364>
16. Matias, J. C. de O., & Coelho, D. A. (2011). Integrated total quality management: Beyond zero defects theory and towards innovation. *Total Quality Management & Business Excellence*, 22(8), 891-910. <https://doi.org/10.1080/14783363.2011.593862>
17. Mejías-Leyva, Y. Y., & Morejón-Borjas, M. M. (2017). Procedimiento de Gestión de Innovación. *Grupo Empresarial de la Construcción de Holguín. Ciencias Holguín*, 23(1), 1-12.
18. Melendez, K. A., Dávila, A., & Melgar, A. (2019). Literature Review of the Measurement in the Innovation Management. *Journal of Technology Management & Innovation*, 14(2), 81-87. <https://doi.org/10.4067/S0718-27242019000200081>
19. Milic, T. (2013). Innovation Management in Times of Economic Crisis. *Management - Journal for Theory and Practice of Management*, 18(66), 81-88. <https://doi.org/10.7595/management.fon.2013.0001>
20. Mir, M., Casadesús, M., & Petnji, L. H. (2016). The impact of standardized innovation management systems on innovation capability and business performance: An empirical study. *Journal of Engineering and Technology Management*, 41, 26-44. <https://doi.org/10.1016/j.jengtecman.2016.06.002>
21. Mir-Mauri, M., & Casadesus, M. (2011). Normas para la gestión de la innovación. Un análisis comparativo. *Normas para la gestión de la innovación. Un análisis comparativo*, 86(1), 49-58.
22. Moya, E. J. G., Escobar, A. G. A., & Remache, K. J. O. (2015). Caracterización del consumidor digital ecuatoriano. *Revista Publicando*, 2(5), 226-242.
23. Pinheiro, A. D. O. M., & Tigre, P. B. (2015). PROPOSTA DE INVESTIGAÇÃO SOBRE O USO DE SOFTWARE NO SUPORTE À INOVAÇÃO EM SERVIÇOS. *Revista de Administração de Empresas*, 55, 578-592. <https://doi.org/10.1590/S0034-759020150509>

24. Rivera, C. M. (2012). Modelo de análisis para la evaluación de la innovación: Un enfoque multidimensional e interdisciplinar [Http://purl.org/dc/dcmitype/Text, Universidad Autónoma de Madrid]. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=39998>
25. Sillanpää, E., & Junnonen, J.-M. (2012). Factors affecting service innovations in FM service sector. *Facilities*, 30, 517-530. <https://doi.org/10.1108/02632771211252342>
26. Stošić, B. (2007). Menadžment inovacija: Ekspertni sistemi, modeli i metode. Fakultet organizacionih nauka.
27. Taghizadeh, S. K., Jayaraman, K., Ismail, I., & Rahman, S. A. (2014). A Study of Service Innovation Management in the Malaysian Telecommunications Industry. *Global Business and Organizational Excellence*, 34(1), 67-77. <https://doi.org/10.1002/joe.21585>
28. Tidd, J., & Bessant, J. (2013). *Managing Innovation: Integrating Technological, Market and Organizational Change*. Wiley.
29. Vélez Bernal, O. I., Ríos, J. A. B., Giraldo, J. A. L., & Vargas, F. J. A. (2019). Asociatividad empresarial y liderazgo ambidiestro como generadores de innovación. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXV(2), 51-72.

© 2022 por los autores. Este artículo es de acceso abierto y distribuido según los términos y condiciones de la licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional (CC BY-NC-SA 4.0) (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>).