



El compromiso organizacional un factor clave para la innovación en las Organizaciones

(Organizational commitment a key factor for innovation in Organizations)

Sandra Imelda Placeres Salinas¹; María de Jesús Araiza Vázquez² y Sandra Maribel Torres Mansur³

¹ Universidad Autónoma de Nuevo León, sandra.placeressl@uanl.edu.com,
<https://orcid.org/0000-0003-1072-2632>

² Universidad Autónoma de Nuevo León, maria.araizavz@uanl.edu.mx,
<https://orcid.org/0000-0002-2622-805X>

³ Universidad Autónoma de Nuevo León, sandra.torresmn@uanl.edu.mx,
<https://orcid.org/0000-0002-0264-8973>

Información del artículo revisado por pares

Fecha de aceptación: 2022

Fecha de publicación en línea: marzo-2022

DOI: <https://doi.org/10.29105/vtga8.2-341>

Resumen

El propósito de este trabajo de investigación es presentar una revisión de la literatura que proporcione un fundamento a la base teórica, definiciones, dimensiones e investigaciones aplicadas entre el compromiso organizacional y la innovación en las organizaciones. El diseño de este trabajo de investigación es no experimental, descriptivo, apoyándose en fuentes bibliográficas y documentales. Los resultados se presentan con las principales definiciones y sus dimensiones para cada variable sujeta de estudio de este trabajo, presentando un modelo gráfico de la relación dada entre ellas y que formará parte de un siguiente estudio empírico, para la comprobación de la hipótesis planteada en este trabajo: El compromiso organizativo es un elemento que incide de manera positiva en la innovación en las organizaciones.

Palabras clave: Innovación, Compromiso organizacional, dimensiones, Ventaja competitiva
Códigos JEL: L26, O30, O31

Abstract

The purpose of this research work is to present a review of the literature that provides a foundation for the theoretical basis, definitions, dimensions and applied research between organizational commitment and innovation in organizations. The design of this research work is non-experimental, descriptive, based on bibliographic and documentary sources. The results are presented with the main definitions and their dimensions for each variable subject to study in this work, presenting a graphic model of the relationship given between them and will be part of a following empirical study, for the verification of the hypothesis raised in this work.: Organizational commitment is an element that positively affects innovation in organizations

Key words: Innovation, Organizational commitment, dimensions, Competitive advantage
JEL Codes: L26, O30, O31

1. Introducción

En la actualidad, las organizaciones se enfrentan a una realidad cada vez más cambiante y la forma de reaccionar a dichos cambios depende en gran medida de la capacidad de adaptación que tengan, las ideas innovadoras y el desarrollo de nuevos procedimientos para hacer frente o responder a los cambios del entorno. (Osorio et al; 2014). Dada la globalización, las organizaciones se enfrentan a un alto nivel de competitividad y de una apertura económica; donde su objetivo es sobresalir y lograr el éxito, surgiendo las estrategias y los esfuerzos encaminados para lograr los objetivos organizacionales y la innovación se presenta como un tema crucial y un implemento de alto impacto para que las empresas logren alcanzar el éxito. (OECD, 2016). Igualmente, debido a la globalización, las empresas se enfrentan a dos tipos de cambio: las exigencias de los clientes y el ambiente de los mercados. Por lo tanto, las empresas que quieran generar una ventaja competitiva y mejorar su productividad, deberán de pensar en desarrollar nuevos productos y estrategias para atraer a más posibles clientes y satisfacer a los que ya tienen.

Por lo anterior mencionado, podemos reconocer el nivel de importancia que tiene la innovación como un factor clave para el éxito de las organizaciones. (Ungerma et al; 2018), además de facilitarles la inserción de los mercados en desarrollo de una manera rápida y permitirles una conexión con los mercados en proceso de desarrollo que le ayudará a lograr mejores oportunidades para el negocio.

Existe una insuficiente inversión en México en ciencia, tecnología e innovación y se encuentra por debajo de los estándares destinada para las naciones que forman parte de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), aunado a esto, se ha presentado una gran disminución en los últimos cinco años (CEFP, 2020). Por otro lado, en cada cambio de gobierno se han presentado importantes disminuciones en el presupuesto destinado a este rubro. (González et al; 2020). En un estudio realizado por Benita & Urzúa, (2018), investigaron a 36 zonas urbanas apoyados en los censos económicos entre 1998 y 2013, donde identificaron las industrias ingeniosas en México que se encuentran en zonas urbanas pequeñas y que poseen una baja eficiencia. Además, se aplicaron modelos de estudio con la finalidad de determinar el origen de la ineficacia; teniendo como fundamento la escasez de un equipamiento adecuado y de una interculturalidad en las localidades. Un dato importante del estudio demuestra que en localidades importantes de México como Guadalajara y Monterrey son considerablemente menos eficaces en la producción de bienes ingeniosos que aquellas ciudades medianas (Benita & Urzúa, 2018).

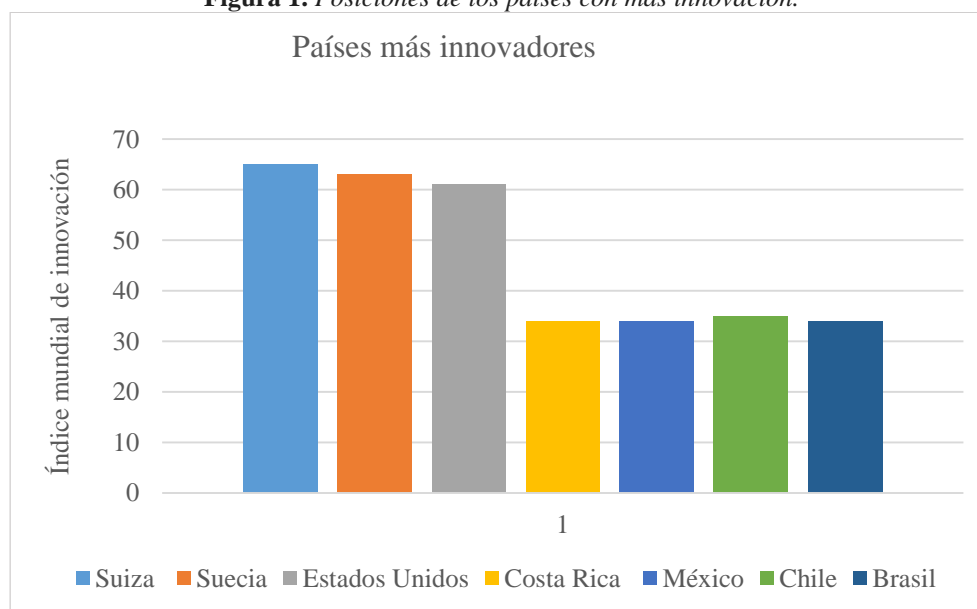
Por otra parte, la innovación en México en las pequeñas y medianas empresas es muy escasa, debido a la falta del conocimiento requerido especialmente en los servicios ya que se necesita que mediante las estrategias, los clientes estén atentos a los avances que se realicen en un modo de innovación invisible en la cual el cliente no logra verlo pero los colaboradores si pueden percibirlos, inadvertido totalmente para los clientes, como por ejemplo la reducción de costos contrario a una innovación visible como la que se puede implementar en productos desarrollados donde el consumidor puede percibirlo (Maldonado-Guzmán, et al; 2017). Por su parte Fernández (2017) en su estudio determinó que unos de los principales catalizadores para la innovación en América Latina, tienen que ver con la dimensión de la empresa, la edad, el tipo de limitaciones financieras y el origen de financiamiento. Predominantemente, en la mayoría de las empresas de Latinoamérica el 60% de ellas no son innovadoras y muestran un nivel de innovación moderado o superior, puesto que no destinan recursos económicos para la innovación y desarrollo, por lo que no han conseguido mejorar los productos o procesos existentes ni han intentado introducir nuevos en los últimos 3 años, por lo que las empresas que son mayormente innovadoras de la región no superan el 4%.

La importancia de la innovación es que forma parte del núcleo del espíritu empresarial y para poder subsistir y desarrollarse para crecer, la organización deberá de innovar de forma permanente y dominar las tecnologías que conllevan la innovación (Hernández & de la Calle, 2006). En cuanto a las áreas de la administración estratégica y el marketing se ha reconocido que una de las vías para obtener la ventaja competitiva para sobrevivir en este mundo tan competitivo y poder crecer, es la voluntad que tengan las organizaciones para innovar (Deshpande & Farley, 1999; Nieto & Quevedo,

2005) por su parte Aguirre Beltrán et al. (2021), menciona que el proceso de innovación inicia comenzando con el líder de la organización, pero que si no hay voluntad o un cambio programado no se podrán lograr resultados tangibles.

Por consiguiente, podemos afirmar que la innovación es crucial para las organizaciones para poder sobrevivir hoy día en un entorno tan competitivo y cambiante, por lo que deberán de estar en constante innovación para poder lograr el éxito en la organización. Por otro lado, es importante mencionar que se hace poca innovación, siendo esto un problema grave que afecta a las naciones. Un estudio que realizó la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) sobre el índice mundial de innovación y del ranking de las economías mejores situadas a nivel mundial durante el 2021 indicó lo siguiente: Los países que más hacen innovación tal y como se muestra en la fig. 1 son: Suiza que ocupa el lugar 65 sobre 100, Suecia en el lugar 63, Estados Unidos se encuentra en la posición 61. En cuanto a América latina los países fueron Costa Rica en la posición 34 de 100, México en el 34, Chile 35 y Brasil en la posición 34. Con esta información podemos tener un mejor contexto de la situación en la que se encuentran las naciones con respecto a la Innovación a nivel mundial. (Mena, M. 2021).

Figura 1. Posiciones de los países con más innovación.



Fuente: Elaboración propia a partir de Mena, M. (2021).

En los rankings anteriores podemos ver que Latinoamérica se encuentra en una mala posición en cuanto a innovación se refiere, por lo que es apremiante que esta situación cambie para bien de las naciones y de las organizaciones. Chile se encuentra ligeramente por encima de Costa Rica, México y Brasil, por lo que podemos decir que no hay una diferencia significativa entre ellas. Las organizaciones no responden de forma adecuada a las exigencias de los cambios generados en el entorno, lo que afecta el desarrollo nacional presente y futuro. Por lo que si las organizaciones se preocupan por impulsar su innovación podrán aportar de manera importante al desarrollo nacional y a la sociedad en sí.

Una vez determinada la importancia de la innovación se expone el objetivo de este estudio, el cuál es identificar desde una perspectiva teórica la variable compromiso organizativo si incide en la innovación en las organizaciones. Por lo que se realiza un análisis del marco teórico, exponiendo las principales teorías, definiciones e investigaciones aplicadas de las variables, determinando la siguiente hipótesis: H1= El compromiso organizativo es un elemento que incide de manera positiva en la innovación en las organizaciones.

2. Marco Teórico

2.1. Antecedentes teóricos del fenómeno a investigar de la variable dependiente (Innovación)

La innovación a través del tiempo se ha utilizado de diferentes formas y mucho depende del contexto al que se refiera, puede tener diversos significados. Por lo que la innovación está estrechamente vinculada a cualquier área económica como puede ser servicios públicos: como lo es el sector salud, o el sector educativo. En las empresas, las universidades, organizaciones etc. se usa de forma constante como un componente de valor y de diferenciación. El término innovación en los últimos tiempos se ha planteado como la generación de nuevos procesos o productos especialmente en los sectores intensivos de capital y mano de obra. También ha sido asociada con los cambios disruptivos y que han sido revolucionarios en la industria. (Castillo-Reina, M. Á., & Cruz Vásquez, J. L. C. 2022). Por otro lado, en el Manual de Oslo (2005) se menciona que en el sector empresarial es donde se tienen las principales definiciones y enfoques de estudio de la innovación. Por su parte De La Torre, A. (2021) ha considerado que la innovación es un proceso que atiende con soluciones a las necesidades no cumplidas en el estrato social en el que se encuentra. (Fullan y Stiegelbauer, 1997; Hernández-Ascanio et al; 2016).

Por lo que podemos afirmar que la innovación viene a ser una solución a ciertas necesidades que no han permitido lograr una satisfacción, por lo que hay que pensar en buscar esa solución basándonos en ideas innovadoras que permita mejorar los productos, procesos y servicios de las organizaciones.

Una de las definiciones más aceptadas de innovación es la que se menciona en el Manual de Oslo (OECD, 2005), en la cual refiere que es implementar un producto, bien o servicio significativamente mejorado. Por su parte Cilleruelo (2007), sostiene que es producir, asimilar y explotar una novedad con éxito que venga a aportar soluciones nunca vistas para que responda a las necesidades humanas y de la sociedad. Otro concepto es la de Kimberly (1981), quien la menciona como una perspectiva de tres etapas: innovación como proceso, innovación como un elemento sigiloso que incluye productos, programas o servicios y como un rasgo de las organizaciones. (Baregheh et al; 2009). En este mismo orden de ideas, la innovación de acuerdo con Medellín (2013) refiere que es un proceso clave que ayuda a las organizaciones a que esta logre alcanzar la ventaja competitiva, por medio de la creación de productos y servicios que se pueden mejorar para garantizar la eficiencia organizacional. Díaz y Guambi (2018) consideran que es necesario desarrollar estrategias para el logro de la ventaja competitiva.

En conclusión, se puede afirmar que los autores coinciden en sus definiciones en que la innovación viene a ser el planteamiento de una idea nueva, práctica o proceso, por lo que tiene que ver con implementar un producto o servicio nuevo o mejorado y novedoso.

En relación con las teorías que dan fundamento a esta definición podemos mencionar la teoría de la innovación, cuyos autores más representativos son Schumpeter (1947), Everett Rogers (1962), Nelson & Winter (1982), Peter F. Drucker (1985), ellos sostienen que la innovación es parte de un proceso que transforma el ámbito económico, social, cultural y el cambio en la organización con la finalidad de llevar a cabo cambios en su proceso de gestión. Por lo que las innovaciones son los resultados de un proceso de adaptación del entorno económico y social, siendo las oportunidades tecnológicas una oportunidad para la obtención de resultados innovadores con una asignación de recursos de acuerdo con el potencial tecnológico. Mella, (2018); Mejía, et al., (2021); Rodrigues, (2021); Blacutt (2021).

Una vez revisadas las definiciones, en cuanto al constructo de la innovación se consideran las siguientes dimensiones que forman parte de un modelo propuesto por diversos autores: introducción, desarrollo, investigación y generación de ideas. En la etapa de generación de ideas, existen diversas fuentes de ideas, flexibilidad y criterios de evaluación, así como la participación de agentes externos en dicha etapa (Mora et al; 2018). Otra perspectiva de este modelo es la de Vargas y Ovalle, (2015), donde esta etapa la integra una transformación de la idea inicial y la responsabilidad del proyecto por parte de la comunidad. (Vargas y Ovalle, 2015). Otra propuesta para esta etapa es la de Silva et al;(2016), que se muestran de forma detallada los proyectos nuevos. En cuanto a la etapa de investigación

Mora et al; (2018) consideran la investigación y que los proyectos que se pretendan desarrollar deberán de presentar una viabilidad económica (Silva et al; 2016).

En la etapa de desarrollo tiene que ver con la constitución de grupos de trabajo, el consentimiento y la aprobación de las evaluaciones, modelos y el informe de dichas evaluaciones (Mora et al; 2018). Por su parte, Vargas y Ovalle, (2015) mencionan los nuevos desarrollos, mientras que Silva et al; (2016), contemplan que se debe de desarrollar un modelo visual o material, propiedad intelectual que es encontrar la parte innovadora y salvaguardar los derechos con la propuesta de innovación y la licencia. Así como también, lo relacionado con los riesgos que puedan tener los proyectos, su impacto y respectivo plan de acción, la producción piloto y la calidad de este. Por último, en la etapa de la introducción Mora et al; (2018) mencionan el lanzamiento al mercado, la divulgación y opinión del cliente, la incorporación de alguna operatividad o avance, algunas situaciones críticas en la fase y la aparición de un producto con mejoras. Vargas y Ovalle, (2015) proponen desarrollar algunas actividades de mercado mientras que Silva et al;(2016) mencionan el mercadeo del producto en cuestión los clientes o mercados haciendo énfasis en la satisfacción del cliente y el conocimiento generado.

Se han realizado estudios aplicados de la innovación relacionándola con diversas variables, uno de ellos realizado en unas PYMES del sector manufacturero, donde se midió la relación que existe entre la innovación y la cultura organizacional, se encontró que la cultura organizacional es importante con relación al nivel de innovación que se puede tener en una empresa, por lo que existe una relación positiva con la variable innovación. Lijauco et al. (2020). En otro estudio, se identificó la forma en que se vincula la innovación y la competitividad empresarial, así como el nivel de correlación existente entre las dimensiones de la variable Innovación con respecto a la variable 2 Competitividad empresarial y como estas se asocian. Los resultados de la investigación fueron que existe una relación fuerte, positiva y altamente significativa entre la innovación y la competitividad empresarial. (Aliaga Melo, G. 2021).

2.2. Antecedentes teóricos de la variable independiente: Compromiso organizacional (CO)

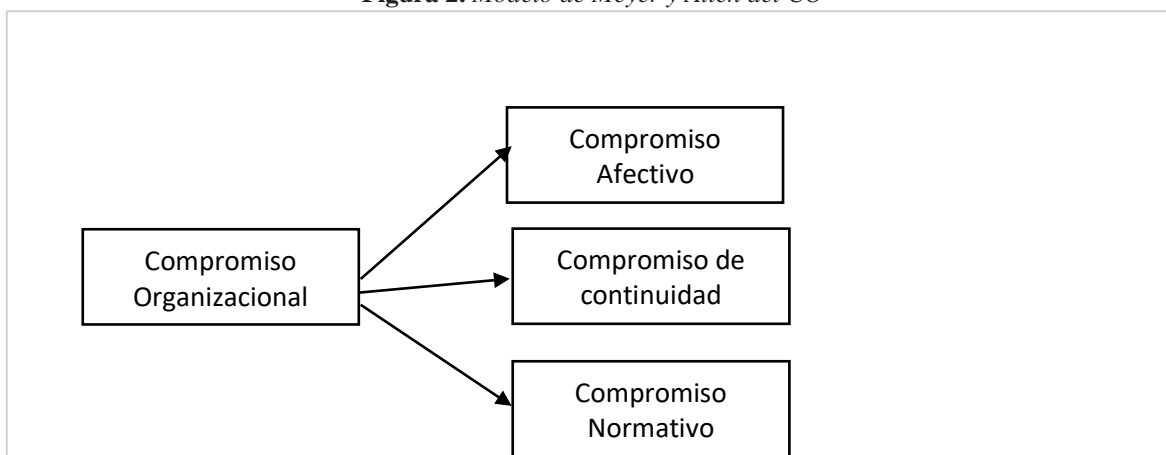
El compromiso organizacional (CO), ha sido notablemente estudiado especialmente en el sector académico y profesional (Varona, 1996; Somers, 2010). Por lo tanto, existen una gran cantidad de definiciones y formas para la medición del compromiso organizacional, por lo que la mayoría de los autores han coincidido que se lleva de forma implícita los componentes afectivos, normativos y de continuidad. A continuación, se procederá a investigar este concepto de acuerdo con la información consultada por diversos autores importantes en el tema. El CO es considerado por Allen y Meyer (1990) como una fuerza con la cual se identifica un individuo y se involucra con la organización, sintiendo una necesidad u obligación de tener que mantenerse dentro de la misma. Por lo que respecta a Becker (1960), lo define como aquel vínculo que un individuo puede establecer con su organización a lo largo del tiempo. (Salvador Ferrer & García-López 2010). Por otro lado, Gutiérrez, et al. (2012) mencionan a Buchanan (1974) quien refiere que el CO es un individuo que forma parte de la institución, que está comprometido y que posee un sentido adhesión hacia los metas y valores de la organización.

Otra definición que señala Kruse (2013), menciona que el compromiso es un sentimiento que nos hace aconsejar a la organización a algún conocido, y sentirnos orgullosos de esta y que sea más factible de estar complacido y agradecido con ella y menos posible de pensar en querer buscar algún otro empleo. Por lo que respecta a Aldana, E. et al. (2018), han asociado el CO como un sentimiento que promueve en sus empleados el sentirse orgullosos de la organización en la cual laboran. Por lo anterior mencionado, es importante destacar que las organizaciones pueden lograr el éxito mediante el compromiso organizacional de su fuerza de trabajo, ya que son considerados un activo importante por lo que la empresa actúa sobre ellos y así podrá identificar y evaluar la fidelidad y el nivel de relación que los empleados tienen con la organización. (Anchelia et al. V. 2021).

2.3. Modelo de Meyer y Allen del CO

Meyer y Allen formularon en su teoría un modelo que ha sido catalogado como uno de los más amplios para realizar una mejor revisión del compromiso organizacional, en el cual se plantean las siguientes dimensiones tal y como se muestra en la fig. 1: compromiso afectivo, compromiso normativo y compromiso de continuidad. En cuanto al compromiso afectivo es una relación emocional que los individuos sienten hacia la empresa y creen en sus valores, por lo que los trabajadores siguen laborando porque desean realizarlo y consideran sentirse orgullosos de pertenecer a la misma. Por su parte, el compromiso de continuidad (necesidad) es cuando el trabajador está consciente del costo que implicaría si decidiera dejar la organización (tiempo, esfuerzo, dinero). Así mismo, lo asocian con las escasas posibilidades que tendría de encontrar otro trabajo. Por lo que se refiere al compromiso normativo es el nivel en que el recurso humano de alguna manera se siente obligado a tener que permanecer en la empresa debido a lo recibido de ella. Uno de los motivos pudiera ser recompensas otorgadas por adelantado, préstamos concedidos, entrenamientos y algunas otras ventajas que han hecho sentir al empleado la sensación de sentirse en deuda o comprometido con la empresa. (Meyer y Allen 1991, 67).

Figura 2. Modelo de Meyer y Allen del CO



Nota: Elaboración propia, a partir de (Meyer y Allen 1991).

Otra teoría es la del intercambio social, cuyo autor es George C. Homans (1961) la cual está relacionada con la conducta de ayuda mostrada por un jefe o responsable, dada una relación significativa y positiva por la satisfacción laboral. Esta se desempeña como intermediario entre los porcentajes de rotación del recurso humano y las conductas de ayuda del responsable. Teoh et al. (2016), sostienen que un empleado cuando recibe adiestramiento y un crecimiento para acrecentar su potencial es una demostración por parte de la empresa de que lo valora, ya que pretende convertirlo más cualificado y desea promover un vínculo prolongado entre ellos. Por lo que el trabajador se verá enfocado a corresponderle a la empresa con actitudes más positivas y con menor intención de marcharse. (Huang, H., et al., 2016)

En la Tabla 1 se presenta la operacionalización de las variables que han sido consideradas en este trabajo de investigación, así como los indicadores por dimensión y el concepto de esta variable.

Tabla 1. Operacionalización de las variables del CO.

Dimensión	Definición	Indicadores
Componente Afectivo	Relación emocional que el recurso humano siente hacia la empresa, creen en los valores de esta, los trabajadores siguen laborando porque desean hacerlo y consideran sentirse orgullosos de pertenecer a la misma.	Identificación con la organización Involucramiento con la organización.
Componente Normativo	Es cuando el trabajador está consciente del costo que implicaría si decidiera dejar la organización (tiempo, esfuerzo, dinero). Lo relaciona con las escasas posibilidades que tendría de encontrar otro trabajo.	Lealtad con la organización Sentido de obligación
Componente de continuidad	Es el grado en que el colaborador de alguna manera se siente obligado a tener que permanecer en la organización por lo que ha recibido de ella.	Percepción de alternativas Inversiones en la organización

Nota: Dimensiones consideradas en el instrumento para la medición del compromiso organizacional, indicadores, definición conceptual.

2.3. Relación teórica de la variable dependiente con la independiente

En este apartado se fundamenta la relación teórica de la variable dependiente Innovación con la variable independiente Compromiso organizacional, tomando como base de las investigaciones empíricas realizadas en varios países.

En un estudio aplicado en Nigeria, en 229 pymes, se evidenció el compromiso que tienen los empleados con el cambio; desempeñando un papel preponderante en la estrategia de innovación el cual permitió que se lograra un rendimiento sostenible superior. En cuanto a la relación del compromiso de los empleados con el cambio (ECCM) se apoyó el rendimiento y se obtuvieron los siguientes resultados: ($\beta = 0,429$; $t = 6,991$; $P < 0,000$), probando la relación de compromiso de los empleados al cambio con la estrategia de innovación de productos de las PYMES. (Salisu & Bakar, 2019). Otro trabajo de investigación es el de Fuentes et al; (2020) se pretendía analizar el compromiso organizacional como una estrategia para poder llevar a cabo cambios en instituciones hospitalarias y se finaliza con la existencia una considerable existencia del compromiso social y una escasez de índices de resistencia al cambio. Por lo cual, existe una vinculación positiva entre el compromiso organizacional y la innovación, por lo que se fundamentan ambas variables.

3. Método

Este estudio de investigación forma parte de una tesis doctoral con un diseño no experimental, con un enfoque cualitativo, cuyo objetivo es la revisión de la literatura, siendo su finalidad delimitar la información relacionada con las siguientes palabras claves: innovación, compromiso organizacional, dimensiones, ventaja competitiva con los operadores booleanos AND, OR y NOT por lo que se analizaron revistas de alto impacto y especializadas, bases de datos, libros publicados como: Emerald, Scielo, Ebsco Host, Scopus, ProQuest, Redalyc etc., se tomó como criterio para la selección de los artículos que fueran científicos y periódicas las publicaciones; que contara con una revisión por pares, el prestigio de la misma, indexación, presentación, pertinencia, actualidad, método para así poder recabar información de fuentes confiables e identificar si el compromiso organizacional incide en la innovación en las organizaciones. Por lo que esta etapa es de alcance descriptivo, ya que se definen las variables y las dimensiones para su análisis; además se presentan estudios aplicados que han validado la relación entre las variables de estudio. Para tal propósito, se utilizaron las técnicas documentales y bibliográficas. La primera técnica es por la búsqueda y análisis de la información y documentos importantes de diversas fuentes existente que describe el objeto de estudio y de esta forma poder aportar un marco a la hipótesis. (Creswell, J.W y Creswell, J.D., 1994).

Para efectos de esta investigación, se recopila un conjunto de recursos bibliográficos, a partir

de los mismos se realiza una investigación documental que resalta cualitativamente los beneficios que trae la innovación en las organizaciones. Se revisan las principales definiciones, teorías y estudios aplicados de la variable dependiente innovación, así como de la variable independiente compromiso organizacional (CO). Así mismo se presenta el modelo de Modelo de Meyer y Allen del CO con la operacionalización de las variables del Compromiso Organizacional.

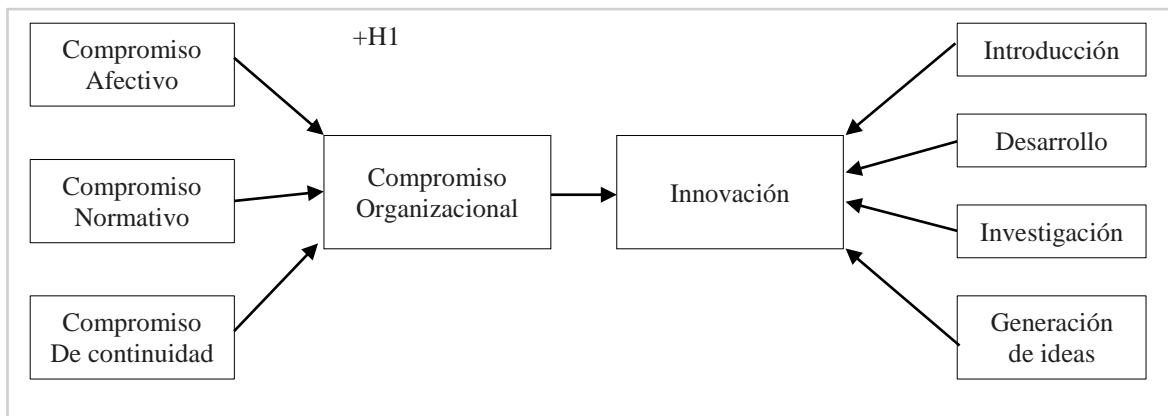
4. Resultados

Una vez realizado el análisis teórico se encontró que diversos autores que han estudiado la innovación la han asociado y la consideran como una herramienta de alto impacto como una forma de lograr el éxito (OECD, 2016). Además de ser considerada como una manera de lograr la ventaja competitiva en las organizaciones en la actual competitividad a la que hoy se enfrentan las organizaciones. (Deshpande & Farley, 1999; Nieto & Quevedo, 2005). Entre los resultados obtenidos en este estudio exploratorio se destaca que en la variable innovación, Kimberly (1981) ha identificado tres etapas pertenecientes a la innovación: proceso, innovación como un elemento sigiloso que integra productos, programas o servicios y un rasgo de las organizaciones. (Baregheh et al; 2009). Las cuáles están relacionadas con el propósito de esta investigación. Asimismo, se establecen las cuatro dimensiones propuestas por diversos autores para medir la innovación en las organizaciones: introducción, desarrollo, investigación y generación de ideas, las cuales se adaptan al propósito de la investigación. (Mora et al; 2018); (Vargas y Ovalle, 2015); (Silva et al; 2016).

Por lo que respecta al compromiso organizacional, Allen y Meyer (1990) lo consideran una fuerza por la que se identifican los individuos y hacen que se involucren con su organización sintiendo a necesidad de mantenerse en ella. (Allen y Meyer 1990). Destacándose las dimensiones compromiso afectivo, compromiso normativo y compromiso de continuidad. (Meyer y Allen 1991).

Tomando como referencia la información anteriormente mencionada, se propone el modelo correspondiente a las dos variables estudiadas.

Figura 3. Modelo gráfico de las variables estudiadas



Fuente: Elaboración propia.

5. Discusión

En esta investigación, se demostró en estudios aplicados que existe una relación altamente significativa entre la innovación y la competitividad empresarial, por lo que en la literatura revisada se encontró que la innovación es un proceso clave que ayuda a que las organizaciones logren la ventaja competitiva a través de la creación de productos y servicios que garanticen su eficiencia (Medellín 2013; Díaz y Guambi 2018; Aliaga Melo, G. 2021). Otros autores la han considerado como una herramienta para lograr el éxito para enfrentar la competitividad a la que se enfrentan hoy día. (Deshpande & Farley, 1999; Nieto & Quevedo, 2005).

En relación con el modelo del CO de Allen y Meyer (1990), se encontró que es un modelo ampliamente utilizado para la medición del compromiso organizacional y en las investigaciones encontradas, los instrumentos que se aplicaron en su mayoría han sido adaptadas o traducidas a otros países. Se encontró que la innovación y el compromiso organizacional tienen una relación positiva, en estudios aplicados se demostró que los empleados al tener un compromiso hacia la organización desempeñan un papel destacado en su participación en la estrategia de innovación, por lo que se espera un mayor rendimiento. Cabe mencionar que existen pocos estudios en los cuáles se ha encontrado una relación altamente significativa entre la innovación y el compromiso organizativo, siendo las encontradas con una relación positiva las enfocadas a PYMES del sector manufacturero, textil y del sector turístico, por lo que será conveniente buscar más estudios que se relacionen con organizaciones de mayor tamaño de diversos giros.

Es importante destacar que la innovación en México es muy baja, lo cual afecta profundamente a la nación en temas de competitividad. De acuerdo con diversos estudios, unas de las causas de la poca innovación es la falta de presupuesto gubernamental y de un compromiso organizacional que hará que el recurso humano no se sienta comprometido con la organización y no tenga un adecuado desempeño en el proceso de innovación. (Salisu & Bakar, 2019). Tomando como referente la revisión teórica y los estudios aplicados que se han analizado en estas variables, se puede inferir que un alto grado del compromiso organizacional influye de manera positiva en la innovación. Esta hipótesis se comprobará en una futura investigación aplicada, donde sea abordada desde un análisis multivariante con la aplicación de una regresión múltiple para determinar y evaluar las relaciones causales entre las variables.

6. Referencias

- Aguirre Beltrán, S. P., Gómez Sarmiento, X. A., Hernández Mantilla, L. L., & Tobos Otalora, J. F. (2021). Visión desde la gerencia de proyectos de la relación entre las mipymes y la innovación (Bachelor's thesis, Especialización en Gerencia de Proyectos).
- Aldana, E.; Tafur, J.; Leal, M. (2018). Compromiso organizacional como dinámica de las instituciones del Sector Salud en Barranquilla – Colombia. *Revista Espacios, Caracas*, v. 39, n. 11, p.13-23, 2018. <https://www.revistaespacios.com/a18v39n11/a18v39n11p13.pdf>.
- Aliaga Melo, G. (2021). Relación entre la innovación y la competitividad empresarial de las asociaciones de artesanos textiles de la Región Puno, periodo 2019. <http://tesis.unap.edu.pe/handle/UNAP/16784>
- Allen, N. J., y Meyer, J. P. (1990). The measurement and antecedents of affective, continuance and normative commitment to the organization. *Journal of Occupational Psychology*, 63, 1-18.
- Amaranti Pesce, M. (2017). Uso de resultados de la evaluación docente para mejorar la calidad de la docencia universitaria. *Congreso Universidad*, 6(1), 91-114. <http://www.congresouniversidad.cu/revista/index.php/congresouniversidad/index>
- Anchelia-Gonzales, V., Inga-Arias, M., Olivares-Rodríguez, P., & Escalante-Flores, J. (2021). La gestión administrativa y compromiso organizacional en instituciones educativas. *Propósitos y Representaciones*, 9(SPE1), e899. <http://dx.doi.org/10.20511/pyr2021.v9nSPE1.899>
- Baregheh, Anahita & Rowley, Jennifer & Sambrook, Sally. (2009). Towards a Multidisciplinary Definition of Innovation. *Management Decision*. 47. <https://doi.org/10.1108/00251740910984578>
- Benita, F., & Urzúa, C. (2018). Efficient creativity in Mexican metropolitan areas. *Economic Modelling*, Vol 71 PP 25-33.
- Blacutt Olmos, Jorge Alejandro A. (2021). La innovación, un tema recorriendo los caminos de la teoría de la administración. *Revista Perspectivas*, (47), 123-138. http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1994-37332021000100006&lng=es&tlng=es
- Broucker, Bruno, Kurt De Wit y Jef C. Verhoeven (2017), “Higher Education Research: Looking

- beyond new public management', *Theory and Method in Higher Education Research*, vol. 3, pp. 21-38.
- Castillo, Miguel and Cruz Vásquez, José Luis, La innovación en el sector turístico: una aproximación a los servicios y la cocreación de experiencias (Tourist Sector Innovation: An Approach to the Services and the Co-Creation of Experiences) (January 17, 2022). *Turismo y Sociedad*, Vol. 30, Enero-Junio 2022, <https://ssrn.com/abstract=4011117>
- Dal Molin, Martina, Mateo Turri y Tommaso Agasisti (2017), "New Public Management Reforms in the Italian Universities: Managerial tools, accountability mechanisms or simply compliance?" *International Journal of Public Administration*, 40(3), pp. 256-269.
- Chirino Ramos, Pérez Álvarez F. Informe de Resultado de Investigación. Caracterización del desempeño profesional del docente de preuniversitario. 2007 [citado 27 Jul 2015]: [aprox. 13 p.]. www.revtecnologia.sld.cu/index.php/tec/rt/printerFriendly/36/117
- Cilleruelo, E. (2007). Compendio de Definiciones del Concepto «Innovación» Realizadas por Autores Relevantes: Diseño Híbrido Actualizado del Concepto. *Dirección y Organización*, 0(34), 91-98. <https://www.revistadyo.es/DyO/index.php/dyo/article/view/20/20>
- Consejo Nacional de Educación (2011) Hacia una propuesta de criterios de buen desempeño docente: Estudios que aportan a la reflexión, al diálogo y a la construcción concertada de una política educativa. Lima-Perú: Fundación SM.
- Creswell, J.W y Creswell, J.D., (1994). Research design.
- De La Torre Ramos, A.; Cortés Sáenz, D.; Aguirre Escárcega, F.; Matheus Marín, A. (2021). Producción científica en innovación: Revisión sistemática de literatura. *Proceedings INNODOCT/20*. International Conference on Innovation, Documentation and Education. Editorial Universitat Politècnica de València. 529-536. <https://doi.org/10.4995/INN2020.2020.11864>
- CEFP. (2020). Evolución de los Recursos Federales Aprobados para la ciencia y el desarrollo, 2012-2021. Ciudad de México, México. Centro de Estudio de las Finanzas Públicas.
- Deshpande, R., & Farley, J. (1999). Executive Insights: Corporate Culture and Market Orientation: Comparing Indian and Japanese Firms. *Journal of International Marketing*, 7(4), 111-127.
- 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>
- Fernández, V. (2017). The Finance of innovation in Latin America. *International Review of Financial Analysis*, Vol. 53 pp 37-47
- Fuentes, C. L., López, D. D., & Moya, F. O. (2020). Compromiso organizacional como estrategia de cambio en hospitales públicos de Colombia y Venezuela. *Revista Espacios*, 41(22), 316-327. <http://www.revistaespacios.com/a20v41n22/a20v41n22p22.pdf>
- Fullan, M.G. y Stiegelbauer, S. (1997). *Fuentes de cambio educativo*. México: Trillas.
- Ghafele, R. (2012). Financing University Research. Financing University Research. <http://mpra.ub.uni-muenchen.de/36394/>
- Ganga, F. A., Ramos, M. E., Leal, A. G., & Valdivieso, P. E. (2015). Teoría de agencia (TA): supuestos teóricos aplicables a la gestión universitaria. *Innovar*, 25(57), 11-26. <https://doi.org/10.15446/innovar.v25n57.50324>
- Gómez, Luis F. y María G. Valdés (2019), "La evaluación del desempeño docente en la educación superior", *Propósitos y Representaciones*, vol. 7, núm. 2, pp. 479-515. <https://doi.org/10.20511/pyr2019.v7n2.255>
- González, E., Ponce, T. y López, J. (2020). Conacyt: análisis del discurso-poder, entre vencedores y vencidos. *Revista Administración y Organizaciones*, 23(45), pp. 9-23. <https://rayo.xoc.uam.mx/index.php/Rayo/article/download/doi/352/>
- González-Loureiro, Miguel y Antonio Moreira Teixeira (2011), "Intellectual Capital in Public Universities: A performance-oriented approach to manage intangible", *International Journal of Engineering and Industrial Management*, vol. 3, núm. 1, pp. 95-125.

- Gutiérrez, et al. (2012). “Estudio del Compromiso Organizacional en un Colegio Particular, en Ensenada, B.C.”. Ponencia presentada en el *Global Conference on Business and Finance Proceedings*. Vol. 7 num.1
- Hernández-Ascanio, J., Tirado-Valencia, P. y Ariza-Montes, A. (2016). El concepto de innovación social: ámbitos, definiciones y alcances teóricos. *CIREC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 88, 165-199. Recuperado de <https://ojs.uv.es/index.php/ciriecespana/article/view/8849>
- Hernandez, R., & de la Calle, A. (2006). Estudio sobre el comportamiento innovador de la empresa. *Revista de Estudios Económicos y Empresariales* (18), 7-30.
- Huang, Y. H., Lee, J., McFadden, A. C., Murphy, L. A., Robertson, M. M., Cheung, J. H., & Zohar, D. (2016). Beyond safety outcomes: An investigation of the impact of safety climate on job satisfaction, employee engagement and turnover using social exchange theory as the theoretical framework. *Applied ergonomics*, 55, 248-257.
- Kruse, K. (2013, 14 de Julio): How do you measure engagement. *Revista Forbes*. <http://www.forbes.com/sites/kevinkruse/2013/07/14/how-do-youmeasure-engagement/2/>
- Leišytė, Liudvika (2016), “New Public Management and Research Productivity -A Precarious State of Affairs of Academic Work in the Netherlands”, *Studies in Higher Education*, vol. 41, núm. 5, pp. 828-846. <https://doi.org/10.1080/03075079.2016.1147721>
- Lijauco, F., Gajendran, T., Brewer, G., & Rasoolimanesh, S. M. (2020). Impacts of Culture on Innovation Propensity in Small to Medium Enterprises in Construction. *Journal of Construction Engineering and Management*, 146(3), 04019116.
- López Leyva, Santos (2016), “Competitividad de la educación superior en cuatro países de América Latina: perspectiva desde un ranking mundial”, *Revista de la Educación Superior*, vol. 45, núm. 178, pp. 45-59. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.resu.2016.02.003>
- Maldonado-Guzmán, G., Marín-Aguilar, J. T., & Pinzón-Castro, S. Y. (2017). Service Innovation in Mexican Small Business. *Advances in Management & Applied Economics*, Vol. 7(4) pp 1-16.
- Mejía, M.S. García., G.E., Pinos, L.L, Tonon, O.L., & Proaño, R.B. (2021). Innovación en las empresas manufactureras de Cuenca. *Killkana sociales: Revista de Investigación Científica*, 5(1), 9-16.
- Mena, M. (2021). Los países más innovadores del mundo. [Infografía]. Statista. <https://es.statista.com/grafico/18809/paises-mas-innovadores-del-mundo/>
- Mella, R. S. (2018). Reflexiones sobre el concepto de innovación. *Revista San Gregorio*, (24), 120-131.
- Meyer, J. P. y Allen, N. J. (1991). A three-component conceptualization of organizational commitment. *Human Resources Management Review*, 1(1), 61-89. [https://doi.org/10.1016/1053-4822\(91\)90011-Z](https://doi.org/10.1016/1053-4822(91)90011-Z)
- Mora, R., Varela, D. y Leiva, C. (2018). SME innovation process: comparison of service and manufacturing firms. *AD-Minister*, 33, 39–64. <https://doi.org/10.17230/ad-minister.33.3>
- Nieto, M., & Quevedo, P. (2005). Absorptive capacity, technological opportunity, knowledge spillovers, and innovative effort. *Technovation*, 25(10), 1141-1157.
- OCDE, (2005). The Measurement of Scientific and Technological Activities. Proposed guidelines for Collecting and Interpreting Technological innovation data. OSLO MANUAL. European Commission. Eurostat.
- OECD. (2016). OECD Science, Technology and Innovation Outlook 2016.
- OCDE (2017), Estudios económicos de la OCDE, París, OCDE.
- Orozco Encinas, Francisca Cecilia (2014), “Orientación de las organizaciones públicas al aprendizaje organizacional. El caso de los organismos descentralizados en el estado de Sonora, México”, *Estudios Gerenciales*, 30(130), pp. 10-17. <https://doi.org/10.1016/j.estger.2014.01.010>
- Osorio, O. G., Quintero, J. Q., & Perez, J. A. (2014). Capacidades de Innovación, desempeño innovador y desempeño organizacional en empresas del sector de servicios. *Cuadernos de*

- Administración*, 27(49), 87-108.
- Pantoja-Aguilar, M. P. (2019). Indicadores de desempeño académico como predictores de captación de recursos financieros. *Convergencia Revista de Ciencias Sociales*, 79, 1-27. <https://orcid.org/0000-0002-8337-5427>
- Pérez Segredo, Alina María (2016), “Desarrollo organizacional. Una mirada desde el ámbito académico”, *Educación Médica*, vol. 17, núm. 1, pp. 3-8.
- Ramos, A. (2015) “El compromiso organizacional y su relación con el desempeño docente de los profesores del Programa Universitario de Inglés de la Universidad de Colima”. Tesis. México. REAL ACADEMIA ESPAÑOLA: Diccionario de la lengua española, 23.ª ed., [versión 23.5 en línea]. <<https://dle.rae.es>> [09 de mayo de 2022].
- Robalino, M. (2005). ¿Actor o protagonista? Dilemas y responsabilidades sociales de la profesión docente. En OREALC/UNESCO Editor. *Protagonismo docente. En el cambio educativo*. Revista Prelac N°1. (6-23). Santiago: AMF
- Rodrigues, M. E., Pérez-Pulido, M., & Guerrero, A. P. (2021). La teoría de la difusión de la innovación aplicada al estudio del uso de una biblioteca digital en la enseñanza superior— estudio de caso. *Brazilian Journal of Development*, 7(1), 3209-3239.
- Salisu, Y., & Bakar, L. J. (2019). Employee Commitment to Change, Innovation Strategy and the Performance of Small and Medium Enterprises. *International Journal of Business and Technopreneurship*, 9(2).
- Salvador Ferrer, Carmen María & García-López, Eric. (2010). Compromiso e inteligencia emocional en mediadores del Poder Judicial de Oaxaca, México. *Diversitas: Perspectivas en Psicología*, 6 (2), 375-387. http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1794-99982010000200012&lng=en&tlng=es.
- Silva, N., Vieira, K., Vieira, K. y Santiago, M. (2016). Optimización del Proceso de Innovación para Proyectos Internos en las Empresas. *Información Tecnológica*, 27(3), 119–130. <https://doi.org/10.4067/S0718-07642016000300011>
- Teoh, K. R., Coyne, I., Devonish, D., Leather, P., & Zarola, A. (2016). The interaction between supportive and unsupportive manager behaviors on employee work attitudes [La interacción entre los comportamientos de apoyo o falta de apoyo por parte del gerente en las actitudes laborales del trabajador]. *Personnel Review*, 45(6), 1386-1402. <https://doi.org/10.1108/PR-05-2015-0136>
- Ungerma, O., Dedkova, J., & Gurinova, K. (2018). The impact of marketing innovation on the competitiveness of enterpris-es in the context of industry 4.0.
- Urdaiz, L. (2017). Liderazgo para mejorar la calidad de la educación secundaria: algunos desarrollos internacionales Profesorado. *Revista de currículum y 58 formación docente*, 10 (1). Referencia electrónica, <http://www.ugr.es/~recfpro/rev101ART2.pdf>
- Vargas, L. y Ovalle, A. (2015). Pymes manufactureras de la ciudad de Armenia y sus procesos de innovación. *Revista Contexto*, 4, 21–32. <https://doi.org/http://contexto.ugca.edu.co>
- Varona, F. (1982). A comparative study of communication satisfaction in two Guatemalan companies (Tesis de maestría inédita). Universidad de Kansas, Lawrence, Estados Unidos