



# Innovación tecnológica en la competitividad de las medianas empresas comerciales del cantón Manta

Technological innovation in the competitiveness of medium-sized commercial enterprises in the Manta canton

 <https://doi.org/10.47230/unesum-ciencias.v10.n1.2026.16-27>

**Recibido:** 10-09-2025    **Aceptado:** 11-12-2025    **Publicado:** 25-01-2026

Eduardo Javier Navarro Leones<sup>1\*</sup>

 <https://orcid.org/0009-0000-2158-7793>

1. Desarrollo de Software; Instituto Superior Tecnológico de Portoviejo con Condición Universitaria; Portoviejo, Ecuador.

**Volumen:** 10  
**Número:** 1  
**Año:** 2026  
**Paginación:** 16-27  
**URL:** <https://revistas.unesum.edu.ec/index.php/unesumciencias/article/view/1008>  
**\*Correspondencia autor:** [eduardo.navarro@itsup.edu.ec](mailto:eduardo.navarro@itsup.edu.ec)

## **RESUMEN**

El presente estudio analiza la influencia de la innovación tecnológica en la competitividad de las medianas empresas comerciales del cantón Manta, en un contexto caracterizado por la creciente digitalización de los procesos empresariales. A través de un enfoque cuantitativo y el uso de encuestas aplicadas a 30 propietarios o encargados de estas empresas, se identificó el nivel de adopción tecnológica, los principales procesos innovadores implementados y la percepción sobre su impacto competitivo. Los resultados evidencian una amplia incorporación de tecnologías básicas como la facturación electrónica, así como una percepción positiva respecto a la eficiencia operativa y atención al cliente. Sin embargo, también se identificaron debilidades en la planificación estratégica, la inversión en capacitación del talento humano y la ausencia de alianzas interinstitucionales. A pesar de las mejoras percibidas en competitividad, el análisis estadístico no demuestra una relación significativa entre los niveles de innovación y competitividad. Se concluye que la innovación en estas organizaciones aún responde a una lógica operativa más que estratégica, por lo que se requiere fortalecer la cultura de innovación, los presupuestos tecnológicos y las redes de colaboración para consolidar ventajas competitivas sostenibles en el mediano y largo plazo.

**Palabras clave:** Innovación, Tecnológica, Competitividad, Medianas, Empresas, Manta.

## **ABSTRACT**

This study analyzes the influence of technological innovation on the competitiveness of medium-sized commercial enterprises in the canton of Manta, within a context increasingly driven by business digitalization. Using a quantitative approach and surveys applied to company owners and/or managers, the research identified the current level of technological adoption, the main innovative processes implemented, and the perceived impact on competitiveness. The results show broad adoption of basic technologies such as electronic invoicing, along with a positive perception of operational efficiency and customer service. However, weaknesses were identified in strategic planning, investment in human capital training, and the lack of inter-institutional alliances. Although competitiveness improvements are perceived, statistical analysis does not confirm a significant relationship between innovation and competitiveness levels. It is concluded that innovation in these businesses remains mostly operational rather than strategic. Therefore, it is necessary to strengthen the innovation culture, technological investment, and collaborative networks to achieve sustainable competitive advantages in the medium and long term.

**Keywords:** Innovation, Technological, Business, Competitiveness, Medium-sized, Enterprises, Manta.



Creative Commons Attribution 4.0  
International (CC BY 4.0)

## Introducción

En un entorno económico caracterizado por una competencia global creciente, la innovación tecnológica se posiciona como un componente esencial para la supervivencia y el crecimiento de las empresas. La capacidad de adaptarse y evolucionar tecnológicamente no solo se ha convertido en un diferenciador estratégico, sino también en un requisito indispensable para responder eficazmente a las demandas de un mercado cada vez más dinámico y exigente. Este fenómeno no es ajeno al contexto ecuatoriano, y particularmente al cantón Manta, donde las medianas organizaciones comerciales enfrentan desafíos significativos para mantenerse competitivas.

La innovación tecnológica se refiere al proceso mediante el cual los negocios introducen nuevas tecnologías o mejoran significativamente las existentes con el fin de optimizar sus procesos, productos, servicios o modelos de negocio. Esta variable incluye aspectos como la implementación de sistemas de gestión empresarial (ERP, CRM), el uso de plataformas digitales, comercio electrónico, automatización de procesos, inteligencia artificial, big data, entre otros elementos que constituyen pilares fundamentales para la transformación digital del entorno empresarial actual (Zúñiga-Collazos et al., 2020). En este sentido, la innovación tecnológica no solo representa una herramienta de modernización, sino que se convierte en un factor estratégico fundamental para mejorar la eficiencia operativa y la competitividad empresarial en un entorno cada vez más digital y exigente.

En el contexto de las medianas empresas comerciales, la innovación tecnológica adquiere una relevancia particular, ya que representa una herramienta para responder a las exigencias del mercado y diferenciarse de la competencia. La adopción de nuevas tecnologías no solo implica un cambio técnico, sino también organizacional y cultural, ya que requiere modificar rutinas, capaci-

tar al personal y redefinir procesos internos. Según la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), la innovación tecnológica puede clasificarse en dos tipos principales como la innovación de productos y de procesos (Lluís, 2021). La primera involucra mejoras o creaciones de bienes o servicios, mientras que la segunda se refiere a cambios en las técnicas de producción o distribución que incrementan la eficiencia y reducen costos.

La competitividad empresarial hace referencia a la capacidad que tiene una empresa para sostenerse y crecer en su mercado, generando valor a través de la eficiencia, la innovación, la calidad del producto o servicio, y la satisfacción del cliente. Se conceptualiza la competitividad como la habilidad de una empresa para obtener una posición ventajosa respecto a sus competidores, mediante estrategias que le permitan ofrecer mayor valor o reducir sus costos de operación (Díaz Muñoz et al., 2021). En consecuencia, la competitividad empresarial se consolida como un pilar esencial para la sostenibilidad organizacional, al depender directamente de la capacidad de innovar, diferenciarse y responder eficazmente a las demandas del entorno competitivo.

En América Latina, la innovación tecnológica se ha convertido en un pilar fundamental dentro de las políticas públicas orientadas al desarrollo productivo y empresarial, especialmente en el contexto de la globalización y la economía digital. Diversos organismos internacionales, como el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), han reconocido la necesidad urgente de impulsar procesos de transformación digital en las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) como medio para cerrar las brechas de productividad y competitividad frente a economías más desarrolladas (NU. CEPAL, 2021).

No obstante, la implementación de estrategias tecnológicas efectivas enfrenta barre-

ras estructurales profundas. El informe El estado de la digitalización de las PYMES en América Latina del BID (2021), señala que, aunque aproximadamente el 70% de los empresarios latinoamericanos reconocen la importancia de la tecnología como motor de crecimiento, solo el 35% ha logrado ejecutar planes digitales sólidos. Esta brecha se atribuye, principalmente, a la baja inversión en investigación y desarrollo (I+D), la débil articulación entre el sector empresarial y las universidades o centros de innovación, la escasa capacitación técnica del talento humano, y una limitada disponibilidad de financiamiento destinado a proyectos tecnológicos (Hirs & Vargas, 2023).

En Ecuador, la innovación tecnológica dentro del tejido empresarial y en particular en el segmento de medianas empresas, se encuentra aún en una fase inicial, marcada por múltiples desafíos estructurales, económicos y culturales que limitan su avance. Aunque el país ha reconocido la importancia estratégica de la transformación digital en el desarrollo productivo y la competitividad, su implementación real sigue siendo baja. De acuerdo con datos del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), menos del 30% de las medianas empresas ha realizado inversiones tecnológicas significativas durante los últimos cinco años, lo que evidencia una adopción limitada de tecnologías que permitan mejorar la eficiencia operativa y generar valor agregado. Esta situación se atribuye principalmente a barreras como la falta de acceso a financiamiento con enfoque innovador, una cultura empresarial tradicional poco propensa al cambio, escasa preparación del talento humano en competencias digitales, y la débil vinculación entre el sector productivo y las instituciones de educación superior y centros de investigación (INEC, 2024).

A nivel gubernamental, se han generado importantes esfuerzos por promover la digitalización empresarial, tales como la Estrategia Ecuador Digital 2025, el Plan Nacional de Desarrollo y programas como "Impulso

TIC" o la "Red de Innovación Empresarial", orientados a fortalecer capacidades tecnológicas en sectores clave. Sin embargo, estos esfuerzos no siempre cuentan con la articulación necesaria ni con mecanismos de seguimiento que aseguren su aplicabilidad y sostenibilidad en todo el territorio nacional (Ministerio de Telecomunicaciones y Sociedad de la Información, 2025). Además, las medianas empresas comerciales suelen quedar excluidas de los principales polos de desarrollo tecnológico del país, lo que profundiza las brechas digitales entre regiones. Esta desconexión es aún más evidente en ciudades intermedias como Manta, donde, si bien existe un potencial económico notable, no siempre se dispone de infraestructura tecnológica adecuada ni de incentivos específicos para impulsar la innovación en las empresas.

El Observatorio de Competitividad Empresarial del Ministerio de Producción (2023) reveló que las empresas que logran integrar tecnologías de manera estratégica incrementan su rentabilidad en un 15%, mejoran la experiencia del cliente y optimizan sus tiempos de respuesta. No obstante, muchas medianas empresas desconocen cómo medir el retorno de inversión en tecnología, carecen de planes tecnológicos estructurados o simplemente perciben la innovación como un gasto y no como una inversión a largo plazo. Esta visión limitada frena el desarrollo competitivo del sector y resalta la necesidad de generar investigaciones aplicadas que analicen el fenómeno en contextos territoriales concretos (Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca., 2023). Por ello, el presente artículo científico se orienta a examinar esta realidad desde el cantón Manta, con el fin de aportar información valiosa que permita identificar oportunidades de mejora e impulsar un ecosistema empresarial más innovador, competitivo y sostenible.

Manta, reconocida como uno de los principales polos comerciales, portuarios y logísticos del Ecuador, posee un ecosistema

empresarial con alto potencial para el desarrollo de innovaciones tecnológicas que fortalezcan la competitividad del sector productivo local. El cantón Manta, gracias a su ubicación estratégica y dinamismo económico, posee condiciones favorables para convertirse en un referente de modernización. Sin embargo, la conectividad tecnológica aún representa un reto para muchas medianas empresas.

Estudios realizados por instituciones como la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí (ULEAM), la Cámara de Comercio de Manta y la Dirección Municipal de Desarrollo Económico, revelan que, si bien existe una conciencia creciente sobre la importancia de innovar, la mayoría de las medianas empresas no dispone de una estrategia tecnológica clara, ni de recursos humanos capacitados para liderar procesos de digitalización sostenibles (Catagua, 2024).

En este contexto, se vuelve indispensable generar investigaciones que visibilicen esta realidad, identifiquen buenas prácticas, y propongan estrategias concretas para impulsar la innovación tecnológica en el sector comercial de Manta. El presente estudio busca precisamente aportar evidencia empírica sobre cómo se está gestionando la adopción tecnológica en estas empresas, qué impacto tiene en su desempeño competitivo, y cuáles son las principales barreras y oportunidades que enfrenta el sector en su camino hacia una economía más digital, eficiente e inclusiva.

La investigación se enfoca en el análisis detallado de la relación entre la innovación tecnológica y la competitividad de las medianas empresas comerciales del cantón Manta, con el propósito de comprender las dinámicas, impactos y alcances que conlleva la incorporación de tecnologías en sus procesos organizacionales. Se busca analizar en qué medida estas herramientas están alineadas con los objetivos estratégicos de las organizaciones y qué impacto tangible tienen sobre indicadores como la

eficiencia operativa, el posicionamiento en el mercado, la rentabilidad y la fidelización de los clientes (Zheng & Khalid, 2022). Al investigar esta relación, se espera generar conocimiento aplicado que sirva de base para la toma de decisiones empresariales, promoviendo una economía local más innovadora, resiliente y competitiva.

El presente artículo tiene como propósito determinar cómo la innovación tecnológica influye en la competitividad de las medianas empresas del cantón Manta, teniendo en cuenta los objetivos específicos como identificar el grado actual de adopción de tecnologías digitales, con el fin de establecer los niveles de desarrollo tecnológico empresarial local, examinar las iniciativas de innovación tecnológica implementadas por las medianas empresas en los últimos años, así como los objetivos estratégicos y niveles de inversión asignados a estos procesos y evaluar la percepción de los empresarios sobre el impacto de la innovación tecnológica en la competitividad de sus empresas y los principales factores que la fortalecen o limitan.

## **Materiales y métodos**

La presente investigación se enmarca en el enfoque cuantitativo que permite identificar relaciones entre las variables de innovación tecnológica y competitividad. El estudio es de tipo transversal, dado que la información se recopila en un solo momento del tiempo, permitiendo describir el estado actual de la innovación tecnológica y su influencia en la competitividad de las medianas empresas comerciales del cantón Manta.

Se aplicarán diversos métodos complementarios para el análisis de la información como el método teórico (análisis – síntesis) que permitirá descomponer los datos recolectados, analizar los elementos individuales, y luego integrarlos para obtener una visión global del fenómeno investigado, apoyándose también con el método empírico (encuesta). Se empleará como técnica principal el formulario de encuestas valida-

do por Pinargote (2022), estructurada con preguntas cerradas en escala Likert, que facilitan la cuantificación de las percepciones y realidades de los encuestados.

La población objeto de estudio está constituida por los propietarios o encargados de las medianas empresas comerciales que operan en el cantón Manta. No aplica la técnica de muestreo, ya que se trabajará con el total de la población disponible, considerando que se trata de un grupo reducido (menor a 100 empresas), lo cual permite cubrir el universo sin necesidad de establecer un marco muestral.

En la presente investigación se declara que no existe conflicto de intereses por parte del investigador, ya que el estudio se realiza con fines exclusivamente académicos, sin vinculación económica, comercial ni institucional directa con las empresas participantes. Se garantiza que todas las personas encuestadas serán previamente informadas sobre los objetivos del estudio, su participación voluntaria y la confidencialidad de

sus respuestas, a través de un formulario de consentimiento informado que deberán firmar antes de responder el cuestionario.

El responsable de la custodia de los datos será el investigador principal, quien almacenará la información en un repositorio digital seguro y con acceso restringido. Los datos permanecerán bajo resguardo por un periodo de cinco (5) años, contados a partir de la finalización del estudio, conforme a las buenas prácticas de investigación. Todos los datos recolectados serán anonimizados para proteger la identidad de los participantes. La técnica utilizada para la anonimización será el reemplazo de identificadores personales por códigos alfanuméricos, eliminando toda información que pueda permitir la identificación directa o indirecta de los encuestados. Este procedimiento asegurará el cumplimiento de los principios de confidencialidad, integridad y protección de la información sensible.

## **Resultados**

**Tabla 1.**

*Innovación en los procesos*

Innovación	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Me es indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Total
Implementación de tecnología nueva para mayor facilidad en la atención al cliente	0	0	0	26	4	30
Disponer nuevos procesos para la administración de inventarios	0	0	0	2	28	30
Sistema de facturación electrónica para mejorar la calidad de la venta	0	0	0	0	30	30

**Fuente:** Propietarios o encargados de medianas empresas comerciales.

El análisis de esta tabla permite observar que la incorporación tecnológica en los procesos operativos está enfocada principalmente en funciones básicas, como la atención al cliente y la gestión de inventarios. Estas decisiones parecen responder a necesidades funcionales inmediatas y

exigencias regulatorias, más que a una planificación estratégica de innovación. Esto sugiere que la transformación tecnológica en las medianas empresas se está produciendo de forma reactiva y no proactiva, lo cual puede limitar el desarrollo competitivo sostenido en el largo plazo.

**Tabla 2.***Innovación de productos, servicios y marketing*

Innovación	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Me es indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Total
Innovación de nuevos productos para la demanda de cliente	0	0	0	19	11	30
Inversión en nuevos servicios como estrategia	0	0	1	24	5	30
Nuevos canales de comercialización como estrategia de ventas	0	0	8	22	2	30
Alianzas estratégicas con otras instituciones que permitan captar clientes	3	12	15	0	0	30

**Fuente:** Propietarios o encargados de medianas empresas comerciales.

Esta tabla revela una apertura hacia la diversificación como estrategia para atender las nuevas demandas del mercado. Sin embargo, se evidencia una marcada ausencia de alianzas estratégicas, lo que refleja una cultura empresarial poco orientada a la co-

laboración y al networking institucional. Esta debilidad representa una barrera significativa para escalar procesos de innovación y acceder a nuevos mercados, ya que limita el intercambio de recursos, conocimiento y tecnología entre actores del ecosistema empresarial local.

**Tabla 3.**

*Competitividad en las medianas empresas comerciales*

Innovación	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Me es indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Total de Total
Evaluación de desempeño en los colaboradores	0	0	0	27	3	30
Cumplimiento con las necesidades del cliente	0	0	0	24	6	30
El proceso operativo es eficiente para alcanzar los objetivos	0	0	0	28	2	30

**Fuente:** Propietarios o encargados de medianas empresas comerciales.

El análisis de esta tabla permite evidenciar que los empresarios perciben mejoras en su capacidad operativa y en el cumplimiento de objetivos estratégicos. No obstante, esta percepción puede estar influenciada por valoraciones subjetivas, ya que no se identifica una correlación clara entre las he-

rramientas de innovación aplicadas y los resultados competitivos tangibles. Esto plantea la necesidad de establecer indicadores de desempeño más rigurosos que permitan evaluar de forma objetiva el impacto real de la innovación tecnológica en el posicionamiento del negocio.

**Tabla 4.**

*Factores internos*

Innovación	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Me es indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Total de Total
Definición de misión, visión y planeación estratégica	0	0	1	24	5	30
Aplicación en estrategias publicitarias	0	0	0	18	12	30
Inversión en programas de captación para mejorar el desempeño laboral	0	2	17	11	0	30

**Fuente:** Propietarios o encargados de medianas empresas comerciales.

Los resultados reflejan una planificación estratégica inicial en aspectos como misión y visión empresarial, así como cierta inversión en acciones publicitarias. Sin embargo, se observa una indiferencia significativa hacia la formación del talento humano, lo cual representa una contradicción importante

dentro del enfoque de innovación. La falta de inversión en capacitación puede comprometer seriamente la sostenibilidad de los procesos tecnológicos implementados, ya que el capital humano es un factor crítico para el éxito de cualquier estrategia de transformación digital.

**Tabla 5.***Plan de Desarrollo Tecnológico*

Innovación	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Me es indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Total
Presupuesto para procesos de innovación tecnológica	0	0	6	19	5	30
Presupuesto para la implementación de tecnología moderna	0	2	9	15	4	30

**Fuente:** Propietarios o encargados de medianas empresas comerciales.

El análisis de esta tabla muestra que, aunque existe una voluntad inicial de inversión en innovación, esta aún carece de consistencia y profundidad. Las respuestas sugieren que los presupuestos asignados a tecnología no se enmarcan en una estrategia robusta de transformación digital, sino más bien en iniciativas aisladas. Esta fragmentación limita el impacto de la innovación en la competitividad, y evidencia la necesidad de fortalecer la cultura organizacional en torno a la inversión tecnológica como un eje estratégico de desarrollo empresarial.

**Discusión**

A partir de los resultados obtenidos, se evidencia un patrón que permite contrastar los hallazgos con estudios previos sobre innovación tecnológica en economías emergentes, si bien las medianas empresas del cantón Manta han adoptado tecnologías digitales básicas como la facturación electrónica o herramientas para la gestión

de inventarios y atención al cliente, esta adopción responde principalmente a factores normativos o de operatividad cotidiana, más que a una estrategia integral de transformación digital. Este hallazgo coincide con lo reportado por Jiménez Córdova & Barroso Tanoira, (2024), quienes afirman que muchas pequeñas y medianas empresas en América Latina tienden a incorporar tecnología únicamente como respuesta a exigencias legales o demandas inmediatas del mercado, sin desarrollar una planificación estratégica orientada a la innovación. Al evidenciar que la adopción tecnológica en las medianas empresas de Manta se da de forma reactiva y no estratégica, respondiendo principalmente a exigencias normativas y operativas, sin un enfoque claro de transformación digital integral.

Al examinar las iniciativas de innovación tecnológica implementadas y los niveles de inversión, mostró resultados mixtos. Si bien

existe apertura hacia nuevos productos, servicios y canales de comercialización, se evidencian importantes debilidades en la formación del talento humano y en el establecimiento de alianzas estratégicas. En este aspecto, el estudio de López et al. (2021) resalta que una innovación sostenible depende tanto de la inversión tecnológica como del fortalecimiento de capacidades humanas y relationales dentro de la empresa. La ausencia de alianzas estratégicas y programas de capacitación en el caso de las empresas de Manta limita considerablemente el impacto potencial de las innovaciones implementadas.

La falta de articulación con otras organizaciones del entorno es otro aspecto crítico. Tal como destaca la CEPAL (2023), la innovación en las pymes requiere de ecosistemas colaborativos que favorezcan el intercambio de conocimientos, recursos y experiencias. La ausencia de alianzas estratégicas, identificada en los datos, sugiere una cultura empresarial centrada en la autosuficiencia, que puede convertirse en un obstáculo para la escalabilidad y la sostenibilidad del proceso innovador.

Además, la limitada inversión en programas de capacitación reportada en la Tabla 4 de esta investigación también fue documentada por Herrera & Pérez (2023), quienes señalan que, en las economías en vías de desarrollo, las empresas suelen ver la capacitación como un gasto y no como una inversión estratégica, lo que afecta directamente su capacidad de adaptación tecnológica. La formación del talento humano se trata como gasto y no como inversión, las empresas reducen su capacidad de absorber y aprovechar nuevas tecnologías, debilitando su competitividad.

La presente investigación cobra especial relevancia si se contrasta con estudios como el de Cano et al. (2023), quienes analizaron el ecosistema innovador de las medianas empresas en Colombia y determinaron que aquellas organizaciones que integran la tec-

nología con una visión estratégica, acompañada de alianzas académicas y programas de formación continua, experimentan un incremento sostenido en productividad, fidelización de clientes y posicionamiento de marca.

En conjunto, los resultados sugieren que las medianas empresas de Manta se encuentran en una fase inicial del proceso innovador, caracterizada por iniciativas fragmentadas, esfuerzos individuales y una débil articulación institucional. Esta situación plantea desafíos importantes, pero también oportunidades significativas si se orientan los esfuerzos hacia una gestión estratégica de la innovación.

## **Conclusiones**

El presente estudio permitió analizar la relación entre innovación tecnológica y competitividad en las medianas empresas del sector comercial del cantón Manta. Se constató que, aunque existe una apertura hacia la incorporación de herramientas tecnológicas para atención al cliente y gestión de inventarios, esta se desarrolla principalmente en ámbitos operativos y no responde a una planificación estratégica integral. Esto evidencia que el desarrollo tecnológico empresarial local está aún en una etapa inicial, caracterizado por la adopción reactiva más que proactiva de soluciones digitales.

Las iniciativas de innovación tecnológica se centran en la diversificación de productos y servicios, la adopción de canales digitales de comercialización y algunas estrategias publicitarias. Sin embargo, el total de los encuestados indicó no haber establecido alianzas estratégicas, y solo un porcentaje limitado muestra una inversión estructurada en tecnología. Esto demuestra una falta de planificación estratégica y una inversión aún incipiente, lo que limita el alcance y la sostenibilidad de las iniciativas tecnológicas emprendidas.

Los empresarios perciben que la innovación tecnológica ha mejorado principalmente la

eficiencia operativa y la atención al cliente, lo cual refuerza una visión favorable de su impacto. No obstante, la falta de inversión en formación del talento humano, la indiferencia frente a programas de capacitación, y la inexistencia de alianzas institucionales destacan como factores limitantes. Por ello, se concluye que, aunque la percepción es positiva, se requieren esfuerzos complementarios en aspectos organizacionales y estratégicos para que la innovación se convierta en un impulsor real de la competitividad empresarial.

## Bibliografía

- Cano, M., Soto, A., & Martínez, H. (2023). Alianzas universidad-empresa como motor de competitividad en PYMES latinoamericanas. *Revista de Gestión Tecnológica*, 20(1), 44–60. <https://doi.org/10.35622/rgt.v20i1.307>
- Catagua Pinargote, J. P. (2024). Propuesta de un modelo de gestión administrativa para mejorar la competitividad de las microempresas del sector comercial de la ciudad de Manta [Tesis de Grado, Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí]. Repositorio ULEAM. <https://repositorio.uleam.edu.ec/bitstream/123456789/5716/1/ULEAM-ADM-0185.pdf>
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe. (2021). Innovación para el desarrollo: La clave para una recuperación transformadora en América Latina y el Caribe. Naciones Unidas. <https://hdl.handle.net/11362/47501>
- Díaz Muñoz, G. A., Quintana Lombeida, M. D., & Fierro Mosquera, D. G. (2021). La competitividad como factor de crecimiento para las organizaciones. *INNOVA Research Journal*, 6(1), 145–161. <https://doi.org/10.33890/innova.v6.n1.2021.1465>
- Herrera, D., & Pérez, M. (2023). Gestión del conocimiento y formación continua en pymes tecnológicas. *Estudios Gerenciales*, 39(173), 98–111. <https://doi.org/10.18046/j.estger.2023.173.5909>
- Hirs, J., & Vargas, F. (2023). Prioridades para la digitalización empresarial en América Latina y el Caribe. Banco Interamericano de Desarrollo. <https://doi.org/10.18235/0005166>
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2024). Registro Estadístico de Empresas (REEM) 2023. <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/directorio-de-empresas/>
- Jiménez-Córdova, C. A., & Barroso-Tanoira, F. G. (2024). Capacidades dinámicas en pequeñas y medianas empresas: Implicaciones para la innovación y el crecimiento empresarial. *LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades*, 5(1), 2269–2284. <https://doi.org/10.56712/latam.v5i1.1688>
- Lluís, G. (14 de enero de 2021). Los dos tipos de innovación según el Manual de Oslo. OBS Business School. <https://www.obsbusiness.school/blog/los-dos-tipos-de-innovacion-segun-el-manual-de-oslo>
- López-Cabarcos, M. Á., López-Carballeira, A., & Ferro-Soto, C. (2021). The role of human capital in digital transformation: Empirical evidence from SMEs. *Journal of Business Research*, 124, 562–571. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.10.015>
- Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca. (2023). ECUADOR COMPITE: Estrategia Nacional de Competitividad. <https://www.produccion.gob.ec/>
- Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información. (2025). Política pública para la transformación digital del Ecuador 2025 - 2030. <https://www.telecomunicaciones.gob.ec/>
- Pinargote Santana, J. M. (2022). La innovación tecnológica y su incidencia en la competitividad de las medianas empresas comerciales de la ciudad de Manta, año 2021 [Tesis de Grado, Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí]. Repositorio ULEAM. <https://repositorio.uleam.edu.ec/bitstream/123456789/4507/1/ULEAM-ADM-0148.pdf>
- Zheng, J., & Khalid, H. (2022). The adoption of Enterprise Resource Planning and Business Intelligence systems in Small and Medium Enterprises: A conceptual framework. *Mathematical Problems in Engineering*, 2022, Article 1829347. <https://doi.org/10.1155/2022/1829347>
- Zúñiga-Collazos, A., Sánchez-Torres, J. A., & Mora-Rubio, J. (2020). La innovación tecnológica como factor clave para el desarrollo empresarial en economías emergentes. *Revista Espacios*, 41(11), 1–12. <https://www.revistaespacios.com/a20v41n11/20411102.html>

**Cómo citar:** Navarro Leones, E. J. (2026). Innovación tecnológica en la competitividad de las medianas empresas comerciales del cantón Manta. UNESUM - Ciencias. Revista Científica Multidisciplinaria, 10(1), 16–27. <https://doi.org/10.47230/unesum-ciencias.v10.n1.2026.16-27>