

Análisis epistemológico de los modelos de gestión e innovación en pymes del sector comercio en América Latina: revisión bibliográfica

Luz Marelby Díaz-López¹
Universidad de la Amazonía
luz.diaz@udla.edu.co

Víctor Julio Balanta Martínez²
Universidad de la Amazonía
v.balanta@udla.edu.co

Lucelly Correa Cruz³
Universidad de la Amazonía
l.correa@udla.edu.co

DOI:

Fecha de recepción: 8 de marzo de 2025
Fecha de aprobación: 29 de junio de 2025



Cómo citar este artículo: Díaz-López, L.M.; Balanta Martínez, V.J.; Correa Cruz, L. (2025). Análisis epistemológico de los modelos de gestión e innovación en pymes del sector comercio en América Latina: revisión bibliográfica. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, (98), (páginas). DOI:

Resumen

Los modelos de gestión e innovación se constituyen bajo el concepto de la competencia, actualmente se configuran desde la competitividad mediante la implementación de diversas prácticas, enfoques y conceptos, principalmente relacionados con el comercio electrónico; por lo tanto, el objetivo de este estudio consiste en analizar la evolución epistemológica de los modelos de gestión e innovación en las pymes del sector comercio en América Latina. Para alcanzar el objetivo general de la investigación, se implementó un diseño metodológico descriptivo, cimentado en el análisis documental, donde las variables de investigación fueron orientadas a un estudio de alcance longitudinal de diseño no experimental, enfoque mixto, y unidad de análisis no probabilístico, utilizando Bibliometrix para la gestión de datos bibliométricos con información seleccionada en las bases científicas Web of Science (WoS) y Scopus. En los hallazgos se resaltan como conceptos relevantes la competitividad, el comercio electrónico, la innovación y actualmente se reconoce la sostenibilidad, el *marketing* y la digitalización como aspectos que fortalecen la gestión empresarial. Se evidencia que la evolución e implementación de estos modelos viene promoviendo la cultura innovadora en las pymes de esta región hacia la búsqueda de la competitividad empresarial, como estrategia que fomenta el mejoramiento de condiciones desde los factores internos y externos que inciden en estas empresas desde sus particulares y reales necesidades.

Palabras clave: modelos de gestión; innovación; pymes; sector comercio; América Latina.

¹Administradora de Empresas, Especialista en Gerencia Tributaria. Universidad de la Amazonía. Magíster en Administración. Universidad del Valle. Estudiante Doctorado en Gestión. Universidad Ean. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0732-3913>

²Contador Público. Universidad de la Amazonía. Magíster en Educación Ambiental y Desarrollo Sostenible. Universidad Santiago de Cali. Doctor en Desarrollo Sostenible. Universidad de Manizales. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8875-3282>

³Administradora de Empresas, Magíster en Ciencias de la Educación, Doctora en Educación y Cultura Ambiental. Universidad de la Amazonía. Especialista en Gerencia de Mercadeo-Universidad de Santander - UDES. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4781-0305>

Epistemological analysis of management and innovation models in SMEs in the commerce sector in Latin America: literature review

Abstract

Management and innovation models are constituted under the concept of competition and are currently configured from competitiveness through the implementation of various practices, approaches and concepts, mainly related to e-commerce; therefore, the objective of this study is to analyze the epistemological evolution of management and innovation models in SMEs in the Latin American trade sector. To achieve the general objective of the research, a descriptive methodological design was implemented, based on documentary analysis where the research variables were oriented to a longitudinal study of non-experimental scope, mixed approach, and non-probabilistic unit of analysis; using Bibliometrix for the management of bibliometric data with information selected from the scientific databases Web of Science (WoS) and Scopus. The findings highlight as relevant concepts competitiveness, e-commerce, innovation and currently sustainability, *marketing* and digitalization are recognized as aspects that strengthen business management. It is evident that the evolution and implementation of these models has been promoting the innovative culture in the SMEs of this region towards the search for business competitiveness as a strategy that promotes the improvement of conditions from the internal and external factors that affect these companies from their particular and real needs.

Keywords: Management models; innovation; SME's; trade sector; Latin America.

1. Introducción

Desde la perspectiva epistemológica, los modelos de gestión de innovación han experimentado transformaciones paradigmáticas mecanicistas, sistémicas, multidimensionales y sostenibles (Curiel *et al.*, 2016). Estos modelos han sido el núcleo de la evolución conceptual en sincronía con los requerimientos del entorno empresarial, reconfigurando marcos teóricos que cimientan la comprensión de la innovación desde los modelos de gestión organizacional.

El análisis epistemológico se desarrolló mediante el reconocimiento de los modelos de gestión e innovación, indagando transiciones paradigmáticas en torno al abordaje de la complejidad contemporánea (Berbesi-Murcia, 2013). Según Cataño (2013), la evolución epistemológica se manifiesta inicialmente en concepciones lineales que transitan hacia el reconocimiento de la incertidumbre en procesos innovadores; y se aborda desde enfoques individuales hacia perspectivas sistémicas configuradas en los conceptos de redes, cocreación de valor, articulación tecnológica y convergencia multidimensional (Curarello *et al.*, 2016).

No obstante, acorde con Carvajal *et al.* (2014), la evolución y reconfiguración epistemológica implica transformaciones desde la praxis organizacional, afectando la adaptabilidad y la eficiencia operativa (Barbieri & Álvarez, 2016; Zen *et al.*, 2023). Al respecto, existe una brecha cognitiva en la comprensión integral de las transiciones teóricas y conceptuales que sustentan los modelos de gestión e innovación asumidos por las pymes comerciales en América Latina (Briones, 2017). El problema radica en que los modelos se replican de manera mecánica según la efectividad en entornos diferentes al de América Latina, como son los norteamericanos y los europeos, sin el debido reconocimiento teórico, conceptual y contextual (Rodríguez-Muñoz & Socorro Castro, 2021).

En el contexto empresarial actual, se ha identificado que las pequeñas y medianas empresas (pymes), representan el 99,5 % del tejido empresarial formal, y generan 6 de cada 10 empleos, lo cual las visibiliza como un motor fundamental en la generación de empleo, estableciendo una participación del 28 % en la fuerza laboral total (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos [OCDE], 2019). Desde esta perspectiva, en países latinoamericanos, las pymes han iniciado un proceso de reconocimiento de factores relacionados con la innovación por la necesidad de asumir las dinámicas emergentes de la industria 4.0 (Méndez, 2023). De acuerdo con la Comisión Económica para América Latina y el Caribe [CEPAL] (2023), existen dificultades relacionadas con la desaceleración económica, la inflación, el empleo y la comercialización.

En concordancia con lo expuesto, la presente investigación propende por el análisis de la evolución epistemológica de los modelos de gestión e innovación en las pymes del sector comercio en América Latina, con la finalidad de comprender los fundamentos que configuran las actuales perspectivas de gestión e innovación de estas empresas (Olavarrieta y Villena, 2014).

El análisis de esta evolución epistemológica tiene una relevancia crítica en el entorno contemporáneo, demarcada por la necesidad de aportar al fundamento de marcos teóricos que propendan por la comprensión de la gestión e innovación en entornos complejos, lo cual contribuye al sustento conceptual disciplinar y proporciona fundamentos para asumir

perspectivas organizacionales innovadoras y competitivas. Desde esta óptica, la presente revisión bibliográfica permite la indagación de factores estructurales que han dinamizado transformaciones en la praxis organizacional contemporánea, para facilitar la comprensión holística de fenómenos inherentes a la gestión y la innovación en organizaciones actuales.

Desde este panorama, las pymes requieren asumir otros retos relacionados con las dinámicas que plantea el entorno actual: tecnología, innovación, conocimiento, entre otros (Álvarez *et al.*, 2021; González & Becerra, 2021). Lo expuesto implica, en primer lugar: la incorporación de modelos de gestión y determinación de variables prioritarias como: insumos, procesos y productos (Aguilar *et al.*, 2002). En segundo lugar, es necesario reconocer modelos de referencia del cambio institucional: burocrático, evolucionista, cognitivo, educativo, político, psicoanalítico, dialéctico, relacional y estratégico (Díaz, 1997). En tercer lugar, es imperante la apropiación pragmática de la innovación, según Robayo (2016), como un término estratégico, articulado con nuevas tecnologías y métodos en la estrategia macro de la empresa (Arzola y Mejías, 2007).

Finalmente, se considera relevante promover la innovación como un eje fundamental en la labor empresarial y como un pilar de la competitividad, porque contribuye al logro de la productividad, la generación de empleo y el bienestar para sus pobladores (Rueda Galvis, 2013). Además, se espera que los resultados de la presente indagación puedan aportar en la articulación de la triada entre políticas, instituciones y productividad empresarial; por lo tanto, acorde a su heterogeneidad estructural, este abordaje es un aspecto medular para el emprendimiento e implementación de políticas de apoyo a las pymes (CEPAL, 2013).

2. Marco teórico

2.1. Dimensiones de los modelos de gestión e innovación

Con respecto al significado epistemológico del término *modelo*, según Huertas *et al.* (2020), en el vocablo italiano, proviene del concepto *modello*; por lo tanto, es comprendido como un prototipo que sirve de referencia para la fabricación, este concepto se asume desde diferentes interpretaciones y acepciones, en esta perspectiva, se reconoce en relación con la representación de situaciones reales que pueden ser modeladas desde diversos y específicos

puntos de vista. Por otra parte, la palabra gestión proviene del latín *gestio*, y se entiende como la acción de administrar. Actualmente se reconoce como un concepto esencial en el ámbito empresarial y se asume en el entorno administrativo, que establece las acciones para lograr las metas.

Desde esta perspectiva, los modelos de gestión de la innovación surgen como un fenómeno complejo que presenta características interdisciplinarias fuertes, para Bagno *et al.* (2017); estos modelos son el resultado de diversos enfoques de la organización y requieren ser comprendidos desde la práctica. De este modo, acorde con Franco *et al.* (2018), se configuran como una forma de materializar la innovación.

Adicionalmente, desde el análisis epistemológico, los modelos de gestión se configuran como patrón de pensamiento, que según Quintana (2020), articula el funcionamiento integral desde la mejora continua y la filosofía de calidad. De ahí, se incorpora en todos los elementos del direccionamiento estratégico: los procesos, los protocolos y los indicadores de una organización. Este abordaje permite responder a las exigencias de las tendencias del mundo globalizado (Baregheh *et al.*, 2009). No obstante, según López *et al.* (2020), es necesario el reconocimiento convergente entre la combinación de diversos tipos de gestión: procesos, cambio e innovación, que involucran la creatividad, para dar respuesta a las oportunidades del entorno interno y externo en el cual se desenvuelven las empresas.

Es importante destacar que los modelos de gestión e innovación están estructurados desde 7 dimensiones esenciales que fundamentan el análisis de procesos innovadores en las empresas, y aunque en el presente estudio se aborda la dimensión epistemológica, a continuación, se presentan cada una:

a) Dimensión estratégica, que configura el propósito de la innovación (incremental, radical o colaborativo) en concordancia con la estrategia corporativa (Porter, 1990); b) dimensión estructural u organizacional, focalizada en los elementos internos (liderazgo, cultura organizacional, flexibilidad y comunicación) que facilitan la innovación para fomentar el cambio y la creatividad (Senge, 1990); c) dimensión epistemológica, focalizada en la creación y gestión del conocimiento como aspecto neurálgico de la innovación y el aprendizaje

organizacional (Nonaka & Takeuchi, 1995); d) dimensión tecnológica, que aborda el desarrollo y apropiación de tecnologías (Hervas-Oliver *et al.*, 2021); e) dimensión relacional, en concordancia con las interacciones estratégicas entre la empresa, proveedores, clientes e instituciones (Chesbrough, 2003); f) dimensión social, que concibe la ética y las interacciones humanas como fundamento de los valores organizacionales (Etzkowitz & Leydesdorff, 2000); g) dimensión económica, que aborda el impacto económico de la innovación para analizar la rentabilidad y la competitividad (Drucker, 1985).

Finalmente, se destaca como un modelo enfocado en potencializar la cultura innovadora de las empresas, requiere incorporar tendencias que impone el mundo globalizado, lo cual implica la generación de un diseño de funciones básicas del ciclo de Deming, en pro de alcanzar la mejora continua, facilidad en la toma de decisiones, reducción en la gestión del riesgo y mejores índices de efectividad (Real Castro y González Pérez, 2024).

2.2. Evolución epistemológica de los modelos de gestión e innovación

Los marcos epistemológicos de la disciplina administrativa evidencian la necesidad de fomentar entornos innovadores en las organizaciones; al respecto, este cambio progresivo implica la interacción de elementos epistemológicos organizacionales con enfoques actuales de innovación, para generar nuevas dinámicas en la gestión del entorno empresarial (Álvarez, 2024). De este modo, acorde con Ribeiro *et al.* (2024), los modelos de gestión de la innovación han transitado entre la gestión del conocimiento, la integración de aprendizaje continuo y las redes externas, evolucionando hacia modelos colaborativos que promueven la innovación mediante procesos de cocreación cimentados en transformaciones cognitivas estructurales y culturales.

Desde la perspectiva epistemológica, los modelos de gestión e innovación se configuran inicialmente con el paradigma positivista en la primera generación (1950-1980), desde los modelos lineales, caracterizados por la innovación articulada a la tecnología y procesos estandarizados (Korzh, 2024). Acorde con Cooper (2008), este modelo implicó un enfoque metodológico cimentado en la medición objetiva estadística y cuantitativa, con rigidez de los procesos y la visión reduccionista en la subestimación del contexto y los factores sociales.

Actualmente, se tiene como legado las métricas de investigación y desarrollo y los cimientos de la gestión de proyectos.

Posteriormente, desde el paradigma epistemológico interpretativo, se gestó la segunda generación (1980 y 2000) con los modelos de innovación abierta, cuyas características están relacionadas con la colaboración externa y los ecosistemas de innovación, donde el enfoque metodológico está cimentado en el análisis cualitativo e interpretativo, aunque existen riesgos en la coordinación multifactorial; actualmente su aporte está relacionado con las alianzas estratégicas (Chesbrough, 2003; Conesa & Nieto, 2019).

En concordancia con lo planteado, se identificó el paradigma epistemológico constructivista en la tercera generación (2000-2020), en la cual se destacan los modelos mixtos e interactivos, con características del enfoque sistémico y la contextualización territorial (Moussavi & Kermanshah, 2018). En este sentido, prima el enfoque metodológico mixto y la investigación participativa; entre las limitaciones está la complejidad analítica y la dificultad en los procesos de intervención, y el legado actual está relacionado con las políticas de innovación y los clústeres regionales (Von Oppeln, 2018).

Finalmente, desde el paradigma epistemológico constructivista crítico, en la cuarta y quinta generación, comprendida desde 2020 hasta la fecha, se han configurado los modelos en red, integrados relacionados con las capacidades dinámicas, cuyas características están fundamentadas en la adaptación continua y el aprendizaje organizacional, reconociéndose la innovación como un proceso generado en red (Martynova, 2025; Teece, 2007). Al respecto, se considera que existe una alta incertidumbre estratégica debido a la resistencia al cambio; el legado actual está relacionado con la innovación sostenible, la gestión de propiedad intelectual y la transformación digital.

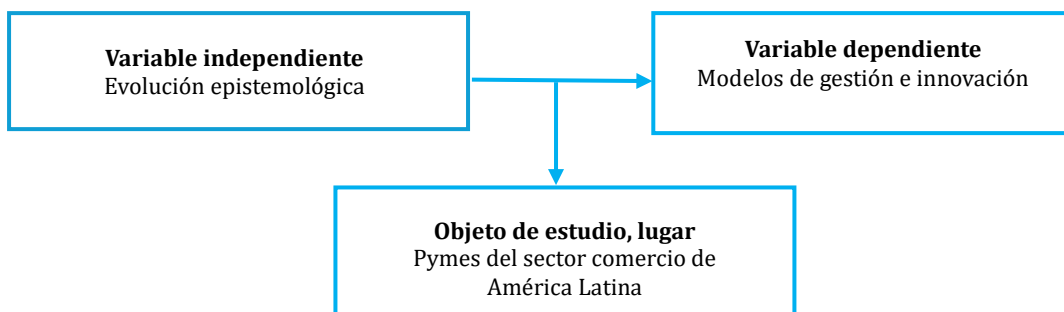
En coherencia con lo expuesto, se destacan dos tipologías de innovación, la primera relacionada con el producto, el proceso, el *marketing* y la organización; la segunda comprende la innovación radical, incremental, conceptual y arquitectónica, aspectos que no son excluyentes y que favorecen la estrategia de adaptación de las empresas (Primadhani & Susilawati, 2023).

De acuerdo con lo señalado, es posible inferir que las transformaciones epistemológicas están fundamentadas desde la transición del positivismo al constructivismo; lo cual permitió evidenciar los siguientes aspectos: la diversificación metodológica, el enfoque multinivel y el reconocimiento del investigador en la gestión de conocimiento. Desde esta óptica, en el presente estudio se asume el modelo integrado, articulado a las tipologías de *marketing* e incremental, teniendo en cuenta que la evolución epistemológica ha trasegado desde la transferencia tecnológica hasta la creación de conocimiento, incorporando dimensiones tácticas, contextualizadas y relacionales, aspectos que pueden ser potenciados por las pymes del sector comercio.

3. Metodología

El estudio buscó analizar la evolución epistemológica de los modelos de gestión e innovación en las pymes del sector comercio en América Latina, para ello, se implementó un diseño metodológico fundamentado en Hernández-Sampieri y Mendoza (2018), donde las variables de investigación fueron orientadas a un estudio de alcance descriptivo longitudinal de diseño no experimental, enfoque mixto y unidad de análisis no probabilístico (figura 1). Esta figura muestra las variables de investigación que dan razón a las dimensiones del estudio.

Figura 1. Variables de la investigación

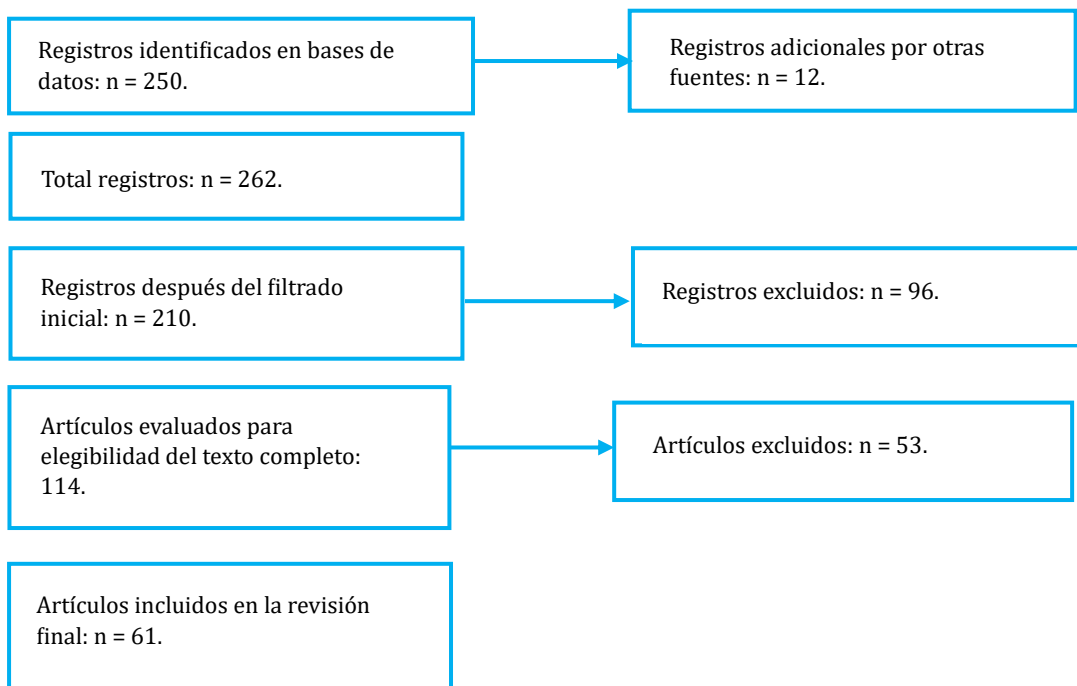


Fuente. Elaboración propia.

En la identificación y selección de los artículos sobre los cuales se soporta la investigación, se utilizó el método Prisma (figura 2), desarrollado en 4 fases: la primera fue la identificación,

donde se realizó una búsqueda amplia y exploratoria en bases de datos de alto impacto académico, como Web of Science (WoS) y Scopus, utilizando diversas combinaciones de palabras y operadores booleanos, con variables de investigación y sus respectivos tesauros; con la cual, posteriormente, se realizaron las búsquedas bibliográficas y el descargue de metadatos.

Figura 2. Aplicación método Prisma



Fuente. Elaboración propia.

La búsqueda permitió identificar 250 artículos, relacionados con temas de gestión de la innovación y los fundamentos teóricos o epistemológicos, se identificaron también en otras fuentes 12, para un total de 262 artículos. En la segunda fase de filtrado, se aplicaron criterios de inclusión y exclusión para depurar, y se obtuvieron 114, para seguidamente analizar en el paquete de R Bibliometrix, planteado por Aria y Cuccurullo (2017), artículos revisados por su trascendencia, cuyos criterios estaban relacionados con la inclusión de temáticas de modelos de gestión e innovación en pymes, y que principalmente tuvieran un enfoque teórico y epistemológico. Acorde con lo planteado, se presenta en la siguiente tabla la fórmula

booleana utilizada en el proceso de búsqueda y depuración de los documentos publicados en las bases de datos Scopus y WoS.

Tabla 1. Resultados de la búsqueda bibliográfica

Fórmula booleana	Artículos WoS	Artículos Scopus
((("Management model" OR "Management scheme" OR "Management and Innovation model" OR "management and innovation scheme" OR "innovation scheme" OR "Innovation model" OR "management and Innovation") AND ("Competitiveness" OR "Economic performance") AND ("SME" OR "SMEs" OR "Commerce sector" OR "Commerce"))	41	73

Fuente. Elaboración propia.

En la tercera fase de elegibilidad se excluyeron 53, y en la cuarta fase final de inclusión se seleccionaron 61, los cuales fueron los artículos que finalmente tenían relación directa con la evolución epistemológica de los modelos de gestión e innovación para pymes del sector comercio en América Latina, estos conformaron la base documental para el desarrollo de la investigación que se presenta.

4. Resultados y análisis

El análisis de la evolución epistemológica de los modelos de gestión e innovación de las pymes del sector comercio, se abordó desde una visión sistémica en América Latina, evidenciando inicialmente que los países de Perú y Colombia concentran el 60 % de la producción científica relacionadas con las variables fijas de la investigación (tabla 2). Lo anterior, coincide con la prevalencia de pymes en el jalonamiento de la economía de los países en mención, generando con ello dinámicas de competitividad a partir de la competencia local, nacional e internacional (Luaces y Gulasan, 2025).

En este sentido, se presenta a continuación el balance porcentual de la producción científica generada por los países latinoamericanos, en razón al análisis epistemológico de los modelos de gestión e innovación en pymes del sector comercio en América Latina. Desde otra perspectiva, Brasil y México se encuentran en un segundo plano al concentrar tan solo el 25 %

de la producción científica relacionada con los modelos de gestión e innovación en la pyme, debido a que las dinámicas económicas se orientan más a los estudios que involucran a las grandes empresas, o a aquellas que se encuentran en el marco de los mercados emergentes internacionales (Méndez *et al.*, 2019).

Tabla 2. Países Latinoamericanos que lideran la producción científica

País	Porcentaje de producción académica
Perú	35 %
Colombia	25 %
Brasil	15 %
Ecuador	15 %
México	10 %
Total	100 %

Fuente. Elaboración propia.

Dado lo anterior, se reconoce la importancia de conocer las perspectivas científicas y la evolución epistemológica de los modelos de gestión e innovación de las pymes del sector comercio en América Latina; lo cual permitirá vislumbrar escenarios futuros en la construcción de conocimiento para el desarrollo integral de la región.

4.1. Modelos de gestión e innovación de las pymes del sector comercio

En aras de presentar la perspectiva científica, se muestra a continuación el árbol de conocimiento, donde se plantean los aspectos indagados por los autores con mayor representatividad en el abordaje del presente estudio.

En la raíz epistemológica del árbol se denotan los aportes investigativos de Barney (1991), Chesbrough (2003), Organisation for Economic Co-operation and Development [OECD] (2018), Laforet (2006) y Van de Vrande *et al.* (2009), quienes subrayan la importancia de los recursos empresariales, porque aportan ventajas competitivas sostenidas, orientadas hacia el impulso de la actividad innovadora de las empresas, en relación con: la demanda, la competencia y los mercados principales. Bajo esta óptica, se reconoce que la innovación se configura mediante el aprendizaje continuo; por ende, la gestión de la innovación se aborda

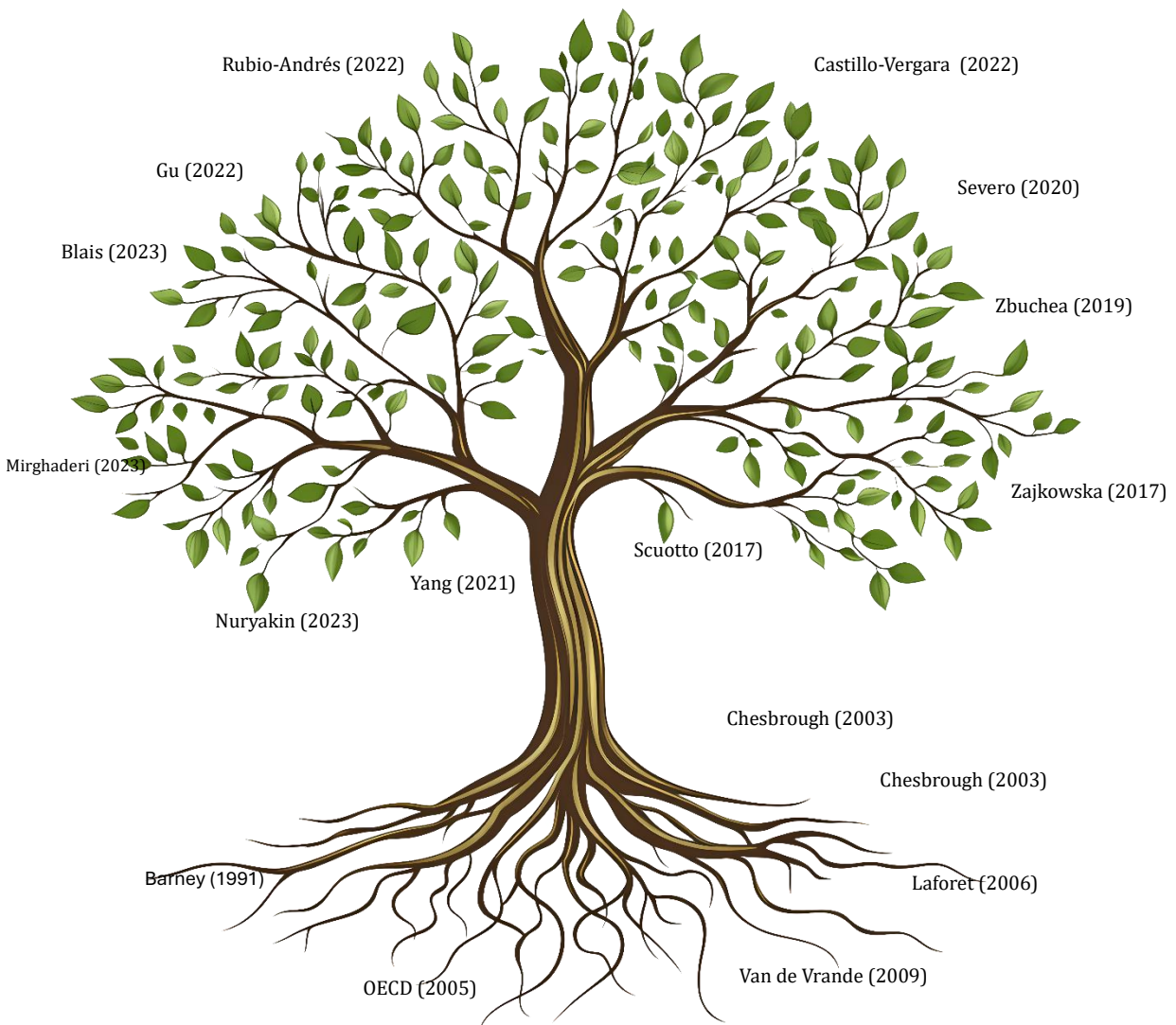
de manera interrelacionada en los elementos: producto y proceso, recursos internos, externos, conocimiento y tecnología.

En el tronco, se ubica el soporte de las investigaciones actuales y se destaca el aporte de Scuotto *et al.* (2017), quien plantea la dimensión cognitiva, la capacidad de absorción y el enfoque basado en el conocimiento, en articulación con las colaboraciones informales promovidas por el conocimiento, en esta perspectiva, según Yang (2021), la globalización implica una conciencia ambiental desde la innovación verde para expandir ganancias y mejorar la competitividad.

Por otra parte, en las hojas se plantean las perspectivas investigativas y las tendencias relacionadas con el avance epistemológico de los modelos de gestión e innovación; al respecto, se plantea a continuación los hallazgos más destacados: a) cooperación estructurada y la gestión del capital intelectual (Zaikowaska, 2017); b) transformación cultural, crecimiento sostenible, decisiones estratégicas y valor compartido (Ramos-González *et al.*, 2021); c) innovación de *marketing* en pymes, apoyo gubernamental como mediador de competitividad y de las capacidades de innovación, inclusión de estrategias de *marketing* (Castillo-Vergara *et al.*, 2022; Gu *et al.*, 2022).

Acorde con lo planteado, se presenta a continuación el árbol de la ciencia, que recoge a los autores más representativos, en razón a las variables objeto de estudio (figura 3).

Figura 3. Árbol de la ciencia



Fuente. Elaborado con IA, a partir del resultado de Tree of Science.

Acorde con lo identificado en el árbol de la ciencia, se encontró que los modelos de gestión e innovación son fundamentales en la competitividad de las pymes, porque facilitan la adaptación a dinámicas del entorno, mediante procesos colaborativos que promuevan la apropiación tecnológica junto a la optimización de recursos y la transformación digital.

Adicionalmente, se muestra a continuación la convergencia entre los aportes iniciales, soporte y emergentes, en relación con el tema de estudio seleccionado y los autores más relevantes (tabla 3). En concordancia con los hallazgos, se considera que las pymes del sector comercio requieren: a) optimizar recursos para afrontar los nuevos desafíos organizacionales, lo que implica flexibilidad y fortalecimiento en los procesos de innovación (Mirghaderi *et al.*, 2023) y; b) asumir la competitividad *empresarial* desde la mejora y adopción de innovaciones (Kaszowska-Mojša, 2020).

Tabla 3. Convergencia de modelos aplicados a las pymes del sector comercio

Modelo	Autor	Aporte	Perspectiva
Gestión de la creatividad	Barney (1991).	Entorno creativo, recursos, tiempo.	Gestión estratégica. Indicadores: valor, rareza y sustituibilidad.
Innovación abierta	Chesbrough (2003), Scuotto <i>et al.</i> (2017).	Colaboración interna y externa.	Integración de recursos; enfoque basado en el conocimiento.
Gestión de la tecnología	OECD (2005).	Adopción de tecnologías emergentes.	Innovación por objetivos, mercados y capacidad de aprender para la competitividad internacional.
Diseño thinking y marketing	Laforet (2006), Gu <i>et al.</i> (2022), Van de Vrande <i>et al.</i> (2009).	Desarrollo de productos y servicios, necesidades del cliente.	Presión competitiva, globalización, leyes, barreras comerciales, cercanía con el cliente, expansión de mercado.
Innovación verde	Yang (2021).	Innovación verde.	Disminución de riesgos, mejoramiento de las ganancias.
Cadena de suministro y valor compartido	Zaikowaska (2017), Castillo-Vergara <i>et al.</i> (2022), Rubio <i>et al.</i> (2021).	Comunicación e integración de sistemas.	Capital intelectual, cooperación estructurada, relaciones empresariales y programas de innovación, transformación cultural.
Empresa eficiente	Mirghaderi <i>et al.</i> (2023), Kaszowska-Mojša, (2020).	Competitividad dinámica.	Optimización de recursos y adopción de innovaciones.

Fuente. Elaboración propia.

4.2. Evolución epistemológica de los modelos de gestión e innovación en la competitividad del sector comercio

En el análisis de las perspectivas científicas, desde los conceptos más relevantes en razón a las variables objeto de estudio, se observa que la innovación en las pymes en el sector comercio es impulsada por la competencia, a través de la práctica del comercio electrónico como forma de innovación. El posicionamiento y la competitividad son dos elementos que se apalancan con los modelos de gestión relacionados con la información, procesos, proyectos, conocimiento y otros aspectos que se requieren fortalecer en articulación con el *marketing*, la gestión de la cadena de suministro, entre otros (Advincula, et al., 2022). Acorde con los hallazgos, la innovación está más relacionada con una visión hacia la comercialización y no a la producción, lo cual no fomenta la industrialización de estas empresas (figura 4).

Figura 4. Conceptos relevantes



Fuente. Elaboración propia a partir de Bibliometrix.

La importancia de los conceptos presentados se encuentra en concordancia con las relaciones conceptuales de la red de concurrencia de las temáticas variables objeto de estudio, donde aparecen 3 clúster, que reafirman los temas de mayor relevancia: a) *competencia* como aspecto central, destacándose como el más fuerte; b) *comercio y comercio electrónico*, el primero está relacionado directamente con la gestión y la toma de decisiones, el segundo se

constituye como una herramienta que impulsa la competitividad para las pymes bajo las condiciones que impone la globalización; c) *innovación* como impulsor de la competitividad en la industria, pero en menor grado en las pequeñas y medianas empresas, especialmente en temas de innovación abierta (figura 4).

Adicionalmente, en el gráfico de relaciones conceptuales (figura 5), se identificó la gestión de proyectos y la cadena de suministro como impulsores de la competencia, desde la base de optimizar procesos logísticos y de gestión. La aparición de conceptos como modelos de gestión y *big data* revelan la trascendencia que tienen estas herramientas para el impulso de la gestión innovadora y el manejo de grandes volúmenes de datos para el mejoramiento en la toma de decisiones empresariales, en consecuencia, la gestión, los sistemas de información, la generación de conocimiento y la gestión del recurso humano se consideran propulsores en este cambio.

Figura 5. Relaciones conceptuales

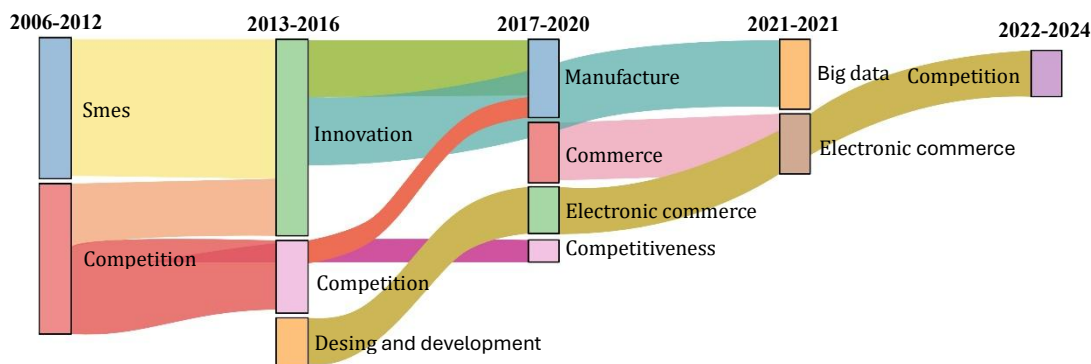


Fuente. Elaboración propia a partir de Bibliometrix.

En coherencia con lo expuesto, la figura 6 presenta la evolución de los conceptos a través del tiempo. Inicialmente entre los años 2006-2012, aparece el concepto de pymes y competencia, relacionados con el papel que deben desempeñar estas empresas en el mercado, subyaciendo la preocupación por la competitividad.

Posteriormente, en el periodo 2013-2016, aparece el enfoque de innovación para estas empresas, pero en el marco hacia la competencia mediante el diseño y desarrollo. Desde el 2017-2020 la competencia se vislumbra desde la competitividad alcanzada mediante el fomento del comercio electrónico y la manufactura, con el fin de sostenerse en las condiciones de un entorno globalizado y digital, situación que se mantiene actualmente hasta el 2024, pero integra otro concepto trascendental que está relacionado con el procesamiento de gran volumen de datos de estas empresas: *big data*.

Figura 6. Evolución de los temas claves

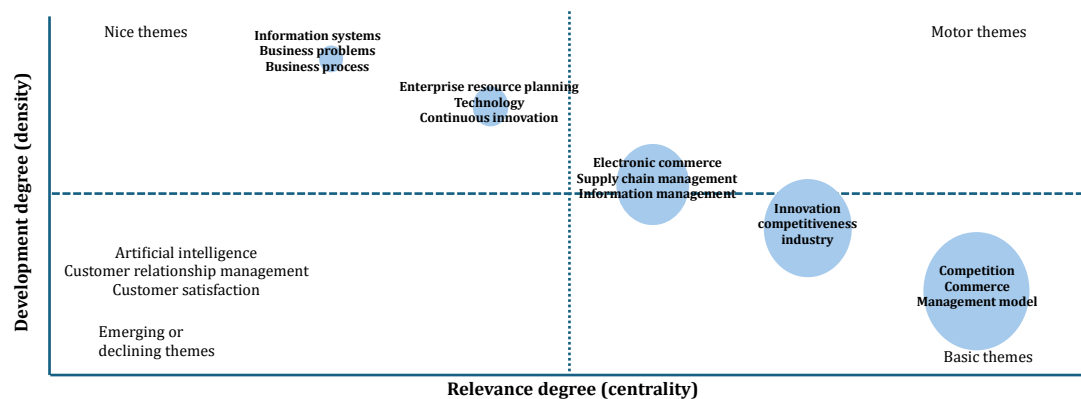


Fuente. Elaboración propia a partir de Bibliometrix.

Adicionalmente, en la figura 7 se identificó la relevancia de los temas abordados mediante el mapa temático de los conceptos fundamentales, motores especializados, emergentes o en declive, relacionados con la gestión e innovación de las pymes. Acorde con los hallazgos, los temas fundamentales son: *competencia, comercio, modelos de gestión, innovación y competitividad*, considerados cruciales para las pymes que requieren más desarrollo teórico y práctico para consolidarse. Por otra parte, en el cuadrante superior derecho se destacan los temas motores que están impulsando el funcionamiento y el crecimiento de las pequeñas y medianas empresas, debido a que son considerados centrales y de alto desarrollo, además son esenciales, relevantes y se encuentran bien desarrollados: *comercio electrónico, gestión de la red de suministros y la gestión de información*.

Los temas especializados ubicados en el cuadrante superior izquierdo de la figura indican que son menos relevantes y complejos, en el contexto de las pymes se agrupan en dos conjuntos: *sistemas informáticos, problemas y procesos comerciales*. El segundo, *planeación de recursos empresariales, tecnología e innovación continua*. Finalmente, en el cuadrante inferior izquierdo se resaltan los aspectos emergentes o en declive, e indican que, aunque se encuentran emergiendo, les falta desarrollo y relevancia. La *gestión de relaciones con clientes, satisfacción de los clientes y la inteligencia artificial*; hacen parte de los temas promisorios, pero todavía no se han incorporado en las estrategias para la gestión e innovación de las pymes. Según lo planteado, la evolución epistemológica de los modelos de gestión e innovación en pymes del sector comercio en América Latina se configura desde los conceptos relevantes, entre los cuales se destaca el comercio electrónico, en articulación con las tecnologías emergentes.

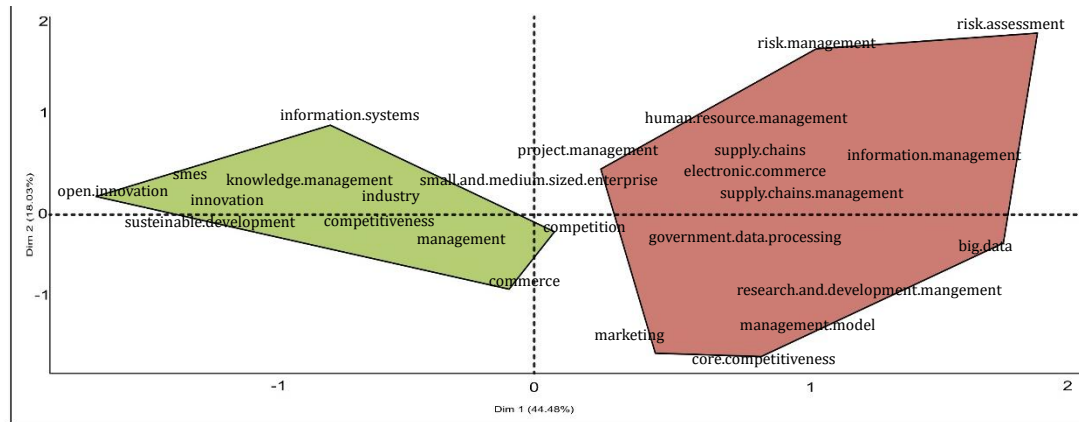
Figura 7. Mapa temático con las palabras clave



Fuente. Elaboración propia a partir de Bibliometrix.

En relación con los hallazgos presentados, se indagó por la estructura conceptual (figura 8), y se identificó en la zona ubicada en el margen izquierdo, indicando que la gestión del conocimiento y los sistemas de información son aspectos esenciales para el crecimiento de las pymes. En la zona derecha, surgen como categorías emergentes los términos inherentes al *marketing*, la gestión de proyectos y la cadena de suministro.

Figura 8. Mapa de estructura conceptual



Fuente. Elaboración propia a partir de Bibliometrix.

Por otra parte, se encontró que los modelos de gestión e innovación requieren estar cimentados desde la sostenibilidad, en correlación con los procesos de gobernanza, talento humano, *marketing* y *big data*.

5. Discusión

La implementación de modelos de gestión innovadores requiere una percepción holística y estratégica para incrementar la flexibilidad organizacional e introducir procesos innovadores en la estructura administrativa y en los procesos productivos (Delgado-Fernández, 2024). De ahí se concibe que las pymes requieren refinar sus procesos de gestión y adoptar nuevas tecnologías para mejorar la capacidad de respuesta ante situaciones emergentes, en aras de impulsar el crecimiento continuo y la sostenibilidad en un panorama globalizado.

Desde el análisis epistemológico, Pérez *et al.* (2023), plantean que se requiere asumir el modelo de gestión de la innovación (MGIT) para mejorar el crecimiento de las pymes, y resaltan el concepto de innovación, el cual, según Perilla *et al.* (2024), puede ser: a) innovación incremental con mejoras graduales; b) innovación radical con cambios significativos e; c) innovación disruptiva centrada en el mercado, la tecnología, las tendencias sociales y las necesidades del mercado, acorde con las áreas de impacto: productos, servicios, producción, TIC, modelos de negocio, *marketing*, logística y organización, para una mejor

adaptación a los mercados globales, priorizando la innovación y la competitividad (Adan *et al.*, 2022).

La *gestión* es asumida como el grupo de conocimientos sobre administración y planificación por su importancia en la adaptación al cambio, mediante la apropiación tecnológica y el procesamiento de altos volúmenes de información para tomar decisiones con mayor precisión y explorar nuevas oportunidades de mercado (Nuñez-Lira *et al.*, 2023). En tal sentido, los modelos de gestión de la innovación anticipan situaciones y prevén escenarios para afrontar las nuevas dinámicas y fluctuaciones del entorno, en este sentido, se infiere que la gestión tiene una relación directa con el análisis de datos, lo que facilita la toma de decisiones en las empresas.

En lo concerniente a la *innovación* en las pymes del sector comercio, prima una visión de comercialización, debido a la poca transformación e implementación de procesos de investigación y desarrollo, desde esta óptica, se resaltan los siguientes procesos: *innovation*, y *commerce electronic*. Acorde con Gómez y Molano (2019), la innovación implica asumir nuevas tecnologías para articular novedades para mejorar la competitividad. En esta perspectiva, según el Consejo Nacional de Política Económica y Social [CONPES] (2021), la innovación es un amplio proceso que implica: invención, materialización e implementación, razón por la cual, la innovación es comprendida como un aspecto prioritario para las pymes del sector comercio.

Según lo presentado, se considera que la capacidad de innovación de las pymes se relaciona con la adaptación a las dinámicas del entorno, por ello, es fundamental optimizar recursos y conocimientos mediante alianzas estratégicas y colaborativas cimentadas en la apropiación tecnológica. De este modo, se propende por la gestión de riesgos socioambientales, articulados con las tendencias globales de transformación digital e innovación verde, para destacar en un mercado digitalmente interconectado y asumir, desde las pymes de Latinoamérica, los retos de la competitividad global.

6. Conclusiones

Los *modelos de gestión e innovación* aplicados en las empresas pymes del sector comercio, han demostrado ser determinantes para incrementar la competitividad en los mercados internacionales. Estos modelos son esenciales debido a las dinámicas cambiantes del entorno y la necesidad de adaptación, por ende, es necesario adoptar metodologías innovadoras para asimilar las fluctuaciones del mercado y sobresalir en el entorno económico actual.

Acorde con el *análisis epistemológico* acerca del objeto de estudio, se destaca la importancia que tienen los procesos de planificación para las empresas, en aras de propender por mejoras en los procesos de gestión e innovación (Zvirgzdina *et al.*, 2024). De este modo, se concluye que, debido a las constantes dinámicas del mercado globalizado, los modelos de gestión e innovación se reflejan mediante la evolución teórica y la articulación con elementos como efectividad, sostenibilidad y digitalización. Al respecto, se concibe que el alcance de estos modelos plantea disyuntivas en torno a las limitaciones vinculadas con la capacidad financiera y tecnológica, aspecto relacionado de manera directa con la madurez organizacional.

De manera particular, en relación con el *alcance de esta investigación*, las pymes del sector comercio requieren incursionar en el comercio electrónico, teniendo en cuenta factores sociales, económicos y ambientales, en pro de promover un crecimiento organizacional, equilibrado hacia el fortalecimiento de la gestión del cliente (Zagloel *et al.*, 2024). Así mismo, se presentaron restricciones teóricas, debido a la evolución constante de los conceptos que configuran la comprensión epistemológica del objeto de estudio, por otra parte, se evidenció un sesgo metodológico, porque no es posible abarcar de manera completa los aportes epistemológicos desde la revisión de todas las fuentes de información.

Por otro lado, se reconoce la necesidad de la digitalización para reducir los tiempos de entrega para generar dinámicas orientadas hacia la satisfacción de los clientes (Chambe Lupaca *et al.*, 2024). Desde esta óptica, el estudio resalta la gestión del conocimiento como cimiento fundamental en la actual industria 4.0, lo cual influye en las ventajas competitivas e innovadoras de las pymes (Riascos-Erazo & Aguilera-Castro, 2024). De manera

complementaria, se identificó que los modelos de innovación requieren ser abiertos e interactivos para proyectar el acceso a mercados internacionales con apalancamiento financiero y recursos tecnológicos (Jegade & Muchie, 2024; Quiroz-Flores *et al.*, 2024).

Finalmente, se considera que en futuras investigaciones es importante profundizar sobre las nuevas tendencias en los modelos de gestión de la innovación, en interacción con la gestión del conocimiento, debido a la necesidad de fortalecer los fundamentos teóricos actuales para proporcionar una base epistemológica sólida. Este aspecto puede ser desarrollado mediante la exploración de nuevas metodologías, orientadas hacia la medición del impacto que tienen los modelos de gestión e innovación y la generación de indicadores que faciliten la optimización y evaluación de estos modelos. Lo planteado permite inferir que en las pymes del sector comercio hace falta equilibrar los procesos de innovación con la gestión estratégica. Además, se identifica la necesidad de apropiación tecnológica, reducción de costos para mejorar la eficiencia económica, la reorganización estratégica y la adaptación de las empresas a los nuevos contextos de la escala global (Gu, 2025).

7. Referencias

- Adan Gallo, J. C., Munar López, L. A., Romero Duque, G. A. y Gordillo Galeano, A. (2022). Nuevos desafíos de las pequeñas y medianas empresas en tiempos de pandemia. *Tecnura*, 26(72), 185-208. <https://doi.org/10.14483/22487638.17879>
- Advincula, R. R., Chavesta, C. G. & Cunyarachi, L. O. (2022). Innovation management model as a source of business competitiveness for industrial SMEs. *International Journal of Advanced Computer Science and Applications*. 13 (8), 620-627 <https://doi.org/10.14569/ijacsa.2022.0130871>
- Aguilar, J., Aguirre, I., Morantes, W. y Espinoza, Y. (2002). Metodología para la elaboración de un modelo de gestión en una institución pública venezolana: *Fundacite-Mérida. Interciencia*, 27(6), 293-298. <https://www.redalyc.org/pdf/339/33906904.pdf>
- Álvarez, F., López, O. y Toledo, M. (2021). *Acceso al financiamiento de las pymes*. Banco de Desarrollo de America Latina - CAF. <https://scioteca.caf.com/handle/123456789/1752>

- Álvarez, J. (2024). *Epistemología y desafíos de la formación gerencial en el siglo XXI*. LatArXiv. <https://doi.org/10.62059/latarxiv.preprints.134>
- Aria, M. & Cuccurullo, C. (2017). Bibliometrix: an R-tool for comprehensive science mapping analysis. *Journal of Informetrics*. 11(4), 959-975. <https://doi.org/10.1016/j.joi.2017.08.007>
- Arzola, M. y Mejías, A. (2007). Modelo conceptual para gestionar la innovación en las empresas del sector servicios. *Revista Venezolana de Gerencia*, 12(37), 66-79. <https://acortar.link/YOJAF1>
- Bagno, R. B., Salerno, M. S. & Da Silva, D. O. (2017). Models with graphical representation for innovation management: a literature review. *R&D Management*, 47(4), 637-653. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/radm.12254?msocid=3b55f3dd772e6f0a356fe5ae76ba6eef>
- Barbieri, J. C. & Álvares, A. C. (2016). Sixth generation innovation model: description of a success model. *RAI Revista de Administração e Inovação*, 13(2), 116-127. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1809203916300158>
- Baregheh, A., Rowley, J. & Sambrook, S. (2009). Towards a multidisciplinary definition of innovation. *Management Decision*, 47(8), 1323-1339. <https://doi.org/10.1108/00251740910984578>
- Barney, J.B (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99-120. <https://doi.org/10.1177/014920639101700108>
- Berbesi-Murcia, G. E. (2013). Innovación y gestión: dos grandes elementos de un buen administrador. *Desarrollo Gerencial*, 5(1), 277-304. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9673645>
- Briones, A. (2017). Evolución de la gestión del conocimiento, transferencia e innovación en la industria de defensa. *Cuadernos de Estrategia*, (194), 139-168. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6356929>
- Carvajal, J. C., Picado, R., Sáenz, M. y Valverde, M. C. (2014). Estudio preliminar para elaborar un modelo de gestión de la innovación en el ámbito universitario: aplicación en el Instituto

- Tecnológico de Costa Rica. *Tecnología en Marcha*, 27(4), 125-132.
<https://www.redalyc.org/pdf/6998/699878392013.pdf>
- Castillo-Vergara, M., Álvarez-Marín, A. & Pezoa-Fuentes, C. (2022). The creative process and innovation: the role of knowledge management and industrial cluster. *International Journal of Innovation Management*, 26(6), 2250044. <https://doi.org/10.1142/S136391962250044X>
- Cataño, J. G. (2013). Entre la innovación tecnoeconómica y la innovación social: un modelo de gestión energética para microempresas tradicionales urbanas de Medellín. *Trilogía Ciencia, Tecnología Sociedad*, 5(9), 11-23. <https://www.redalyc.org/pdf/5343/534366871002.pdf>
- Chambe Lupaca, R., García Gonzáles, O., Arambarri, J. & Rojas García, J. A. (2024). *Management model using Lean service and digital transformation to increase profitability in a software development SME in the digital economy*. 22nd LACCEI International Multi-Conference. <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/676308>
- Chesbrough, H. W. (2003). *Open innovation: the new imperative for creating and profiting from technology*. Harvard Business School Press. <https://www.sustanciainfinita.com/wp-content/uploads/2017/03/LIBRO-Henry-Chesbrough-Open-Innovation.pdf>
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe - CEPAL. (2013). *Cómo mejorar la competitividad de las pymes en la Unión Europea y América Latina y el Caribe*. <https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/b73f1ff5-4290-4f2a-a39c-3bcb973b53d3/content>
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe - CEPAL. (2023). *Economías de América Latina y el Caribe mantendrán bajos niveles de crecimiento en 2023 y 2024*. <https://www.cepal.org/es/comunicados/economias-america-latina-caribe-mantendran-bajos-niveles-crecimiento-2023-2024>
- Conesa, J. A. & Nieto, C. D. (2019). El efecto mediador de las alianzas estratégicas sobre la gestión de la innovación y la sostenibilidad. *Economía Industrial*, (412), 139-149. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7101947>

- Consejo Nacional de Política Económica y Social - CONPES. (2021). *Política nacional de ciencia, tecnología e innovación 2022-2031*.
https://minciencias.gov.co/sites/default/files/upload/paginas/conpes_4069.pdf
- Cooper, R. G. (2008). Perspective: the stage-gate® idea-to-launch process—Update, what's new, and NexGen systems. *Journal of Product Innovation Management*, 25(3), 213-232.
<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/j.1540-5885.2008.00296.x>
- Curarello, P. A., Vitale, J. y Curarello, J. (2016). Prospectiva, territorio y desarrollo: hacia un modelo de gestión de la innovación. *Revista de Estudios Políticos y Estratégicos*, 4(1), 38-57.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5735100>
- Curiel, S. C., Castro, M. C., Luis, I. y Sánchez Odelín, A. (2016). La actividad científica y la innovación en el territorio matancero. *Revista de Arquitectura e Ingeniería*, 10(2), 1-8.
<http://www.redalyc.org/pdf/1939/193946969005.pdf>
- Delgado-Fernández, M. (2024). Modelos de gestión de la innovación: conceptos, enfoques, normas y tendencias. *Revista Ingeniería Industrial*, 45(1), 1-9.
<https://www.researchgate.net/publication/378872980>
- Díaz, N. (1997). *Gestión estratégica del cambio institucional (GECI)*. Servicio Internacional para la Investigación Agrícola Nacional (ISNAR, Quito, Ecuador). <https://acortar.link/RgPi0x>
- Drucker, P. F. (1985). *Innovation and entrepreneurship: practice and principles*. Pan Books.
https://archive.org/details/innovationentrep0000druc_y8z1
- Etzkowitz, H. & Leydesdorff, L. (2000). The dynamics of innovation: from national systems and "mode 2" to a triple helix of university-industry-government relations. *Research Policy*, 29(2), 109-123. [https://doi.org/10.1016/S0048-7333\(99\)00055-4](https://doi.org/10.1016/S0048-7333(99)00055-4)
- Franco Castro, A., Zарtha Sossa, J. W., Solleiro, J. L., Montes, J. M., Vargas Martínez, E. E., Palacio Piedrahíta, J. C. & Hoyos Concha, J. L. (2018). Propuesta de modelo de gestión de innovación para una empresa de ventas al consumidor final. *Revista Lasallista de Investigación*, 15(1), 75-89.
http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1794-44492018000100075

- Gómez, J. y Molano, I. (2019). *Modelo de implementación del sistema de gestión de investigación, desarrollo e innovación en medianas empresas de servicios de TI*. [Trabajo de grado]. Universidad ICESI].
https://repository.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/10906/87780/1/T02118.pdf
- González, R. R. y Becerra, L. A. (2021). Pymes en América Latina: clasificación, productividad laboral, retos y perspectivas. *CIID Journal*, 2(1), 570-608.
https://www.researchgate.net/publication/353163344_PYMES_en_America_Latina_clasificacion_productividad_laboral_retos_y_perspectivas
- Gu, B. Z. (2025). Innovative model and international market exploitation of fabric export trade. *Textile & Leather Review*, 8, 125-151. <https://doi.org/10.31881/TLR.2025.004>
- Gu, J. F., Ardito, L. & Natalicchio, A. (2022). CEO cognitive trust, governmental support and marketing innovation: empirical evidence from Chinese small, medium and micro enterprises. *Journal of Knowledge Management*, 26(9), 2463-2484. <https://doi.org/10.1108/JKM-06-2021-0454>
- Hernández-Sampieri, R. y Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. McGraw Hill <https://virtual.cuautitlan.unam.mx/rudics/?p=2612>
- Hervas-Oliver, J. L., Sempere-Ripoll, F. & Boronat-Moll, C. (2021). Technological innovation typologies and open innovation in SMEs: beyond internal and external sources of knowledge. *Technological Forecasting and Social Change*, 162, 120338.
<https://doi.org/10.1016/j.TECHFORE.2020.120338>
- Huertas López, T. E., Suárez García, E., Salgado Cruz, M., Jadán Rodríguez, L. R. y Jiménez Valero, B. (2020). Diseño de un modelo de gestión. Base científica y práctica para su elaboración. *Universidad y Sociedad*, 12(1), 165-177.
<https://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus/article/view/1439>
- Jegede, O. & Muchie, M. (2024). Introduction to the special issue: leveraging global value chains for innovation and industrialization in Africa. *African Journal of Science, Technology, Innovation and Development*, 16(4), 451-458. <https://doi.org/10.1080/20421338.2024.2361952>

- Kaszowska-Mojša, J. (2020). Innovation strategies of manufacturing companies during expansions and slowdowns. *Entrepreneurial Business and Economics Review*, 8(4), 47-66. <https://doi.org/10.15678/EBER.2020.080403>
- Korzh, R. (2024). Evolution of approaches to the study of innovations: from classical to modern models. *Collection of Scientific Papers "Scientific Notes"*, 35(2), 188-198. https://doi.org/10.33111/vz_kneu.35.24.02.17.117.123
- Laforet, S. (2006). Innovative characteristics of small manufacturing firms. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 13(3), 363-380. <https://doi.org/10.1108/14626000610680253>
- López, L., López, P. y López, F. (2020). Modelo de gestión del conocimiento para la innovación. *Revista Administración y Organizaciones*, 23(45), 69-83. <https://rayo.xoc.uam.mx/index.php/Rayo/article/view/415>
- Martynova, Y. A. (2025). *The genesis of the innovation management paradigm in the enterprise*. Publishing House.
- Méndez Sáenz, A. B., Rodríguez García, M. D. y Cortez Alejandro, K. A. (2019). Factores determinantes de la responsabilidad social empresarial (RSE). Caso aplicado a México y Brasil. *Análisis Económico*, 34(86), 197-217.
- Méndez, R. A. (2023). *Critical success factors for implementing Industry 4.0 in Latin American manufacturing pymes*. LACCEI. https://laccei.org/LACCEI2023-BuenosAires/papers/Contribution_841_a.pdf
- Mirghaderi, S. A., Aboumasoudi, A. S. & Amindoust, A. (2023). Developing an open innovation model in the startup ecosystem industries based on the attitude of organizational resilience and blue ocean strategy. *Computers & Industrial Engineering*, 181, 109301. <https://doi.org/10.1016/j.cie.2023.109301>
- Moussavi, A. & Kermanshah, A. (2018). Innovation systems approach: a philosophical appraisal. *Philosophy of Management*, 17, 59-77. <https://doi.org/10.1007/S40926-017-0078-6>

- Nonaka, I. & Takeuchi, H. (1995). *The knowledge-creating company: how japanese companies create the dynamics of innovation*. Oxford University Press.
<https://academic.oup.com/book/52097?login=false>
- Núñez-Lira, L. A., Alfaro Bernedo, J. O., Aguado Langan, A. M. y González Ponce de León, E. R. (2023). Toma de decisiones estratégicas en empresas: innovación y competitividad. *Revista Venezolana de Gerencia*, 28 (esp. 9), 628-641. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.28.e9.39>
- Organisation for Economic Co-operation and Development [OECD]. (2018). *The measurement of scientific and technological activities. Oslo Manual 2018. Guidelines for collecting, reporting and using data on innovation*. <https://doi.org/10.1787/19900414>
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos [OCDE]. (2019). *América Latina y el Caribe 2019. Políticas para pymes competitivas en la alianza del Pacífico y países participantes de América del Sur*. https://www.oecd.org/es/publications/america-latina-y-el-caribe-2019_60745031-es.html
- Olavarrieta, S. y Villena, M. G. (2014). Innovation and business research in Latin America: an overview. *Journal of Business Research*, 67(4), 489-497.
<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2013.11.005>
- Pérez Bejarano, M. C., Guerrero Raga, E. A. y Díaz Díaz, C. A. (2023). *Modelo de gestión de la innovación como factor estratégico en tres empresas de construcción de Bogotá*. [Tesis de Maestría]. Universidad Minuto de Dios. <https://repository.uniminuto.edu/handle/10656/18374>
- Perilla Marín, L. A., Monsalve Botero, A. F. y Tavera Oliveros, C. Y. (2024). *Desafíos y oportunidades en la gestión de la innovación en las pequeñas y medianas empresas (pymes)*. [Tesis de Especialización]. Universidad Ean. <http://hdl.handle.net/10882/13597>
- Porter, M. E. (1990). *The competitive advantage of nations*. Harvard Business Review.
https://economie.ens.psl.eu/IMG/pdf/porter_1990_-_the_competitive_advantage_of_nations.pdf
- Primadhani, P. & Susilawati, D. (2023). Classification and procedure of business product innovation. *Enigma in Economics*, 1(1), 1-5. <https://doi.org/10.61996/economy.v1i1.6>

- Luaces, S. y Gulasan, N. (2025). Micro, pequeñas y medianas empresas resilientes: por y para la prosperidad. Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo PNUD. <https://www.undp.org/es/latin-america/blog/micro-pequenas-y-medianas-empresas-resilientes-por-y-para-la-prosperidad>
- Quintana, P. C. (2020). Importancia del modelo de gestión empresarial para las organizaciones modernas. *Revista de Investigación en Ciencias de la Administración Enfoques*, 4(16), 272-283. <https://www.redalyc.org/journal/6219/621965988007/html/>
- Quiroz-Flores, J. C., Urbina Suasnabar, C. y Salas Schwarz, J. (2024). Gestión empresarial y competitividad de las pymes exportadoras del sector textil peruano. *Revista Venezolana de Gerencia*, 29(especial 11), 467-481. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.29.e11.28>
- Rubio, A. M., Ramos-González, M. D. & Sastre-Castillo, M. Á. (2021). Driving innovation management to create shared value: a strategic approach for SMEs. *Review of Managerial Science*, 16(7), 2181. <https://docta.ucm.es/entities/publication/adf783e0-24b7-4a8a-a054-ec9e02c41b3c>
- Real Castro, E. J. y González Pérez, M. (2024). Modelos de gestión de la innovación y del proceso innovador empresarial. Estudio bibliométrico. *Cooperativismo y Desarrollo*, 12(1), e666. <https://coodes.upr.edu.cu/index.php/coodes/article/view/666>
- Riascos-Erazo, S. C. & Aguilera-Castro, A. (2024). Innovación, madurez de la gestión del conocimiento e industria 4.0: mirada en las pymes colombianas. *Journal of Technology Management & Innovation*, 19(1). <https://doi.org/10.4067/S0718-27242024000100029>
- Ribeiro, R., Aquino, M., Da Silva, F. & Da Silva, C. (2024). Gestão da inovação: Inovações e processos. *Seven publicações académicas*. <https://doi.org/10.56238/sevenvimulti2024-117>
- Robayo, P. 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. <https://www.redalyc.org/journal/6099/609964241005/609964241005.pdf>
- Rodríguez-Muñoz, R. y Socorro Castro, A. R. (2021). Reflexiones respecto a modelos y procesos de gestión de ciencia, tecnología e innovación. *Revista Metropolitana de Ciencias Aplicadas*, 4(2). 6-16 <https://doi.org/10.62452/xgycbt78>

- Rueda Galvis, J. F. (2013). La innovación como eje del desarrollo empresarial. *Gestión y Sociedad*, 6 (1), 139-146. <https://revistas.lasalle.edu.co/index.php/gs/article/view/4363>
- Scuotto, V., Del Giudice, M., Bresciani, S. & Meissner, D. (2017). Knowledge-driven preferences in informal inbound open innovation modes. An explorative view on small to medium enterprises. *Journal of Knowledge Management*, 21(3), 640-655. <https://doi.org/10.1108/JKM-10-2016-0465>
- Senge, P. M. (1990). *The fifth discipline: the art & practice of the learning organization*. Doubleday/Currency. <https://archive.org/details/fifthdisciplineasen00seng>
- Teece, D. J. (2007). Explicating dynamic capabilities: the nature and microfoundations of (sustainable) enterprise performance. *Strategic Management Journal*, 28(13), 1319-1350. <https://sms.onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/smj.640>
- Van de Vrande, V., De Jong, J. P., Vanhaverbeke, W. & De Rochemont, M. (2009). Open innovation in SMEs: trends, motives and management challenges. *Technovation*, 29(6-7), 423-437. <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2008.10.001>
- Von Oppeln, C. (2018). Plataformas multiactorales de gestión para dinamizar el desarrollo y la innovación agropecuaria local. *Revista Estudios del Desarrollo Social: Cuba y América Latina*, 6(2), 149-166. <https://cuba.vlex.com/vid/plataformas-multiactorales-gestion-dinamizar-873859097>
- Yang, M. (2021). Pricing and green innovation decision of green supply chain enterprises. *International Journal of Technology Management*, 85(2-4), 127-141. <https://doi.org/10.1504/IJTM.2021.115268>
- Zagloel, T. Y., Siregar, M. T., Hidayatno, A. & Setiawan, A. D. (2024). Development of sustainable logistics performance model using system dynamics in urban logistics service companies in Indonesia. *Cogent Business & Management*, 11(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2023.2286684>

Zajkowska, M. (2017). Open models of innovation processes as a future management challenge for small and medium-sized enterprises in Poland. *Central European Management Journal*, 25(4), 193-208. <https://doi.org/10.7206/jmba.ce.2450-7814.214>

Zen, A. C., Frantz, C. A., Gázaro, D. A., Ribeiro, J. R. & Dos Santos, E. (2023). Exploring the theoretical foundations of innovation ecosystems between 2006 and 2020: an analysis at the different approaches. *International Journal of Innovation Science*, 16(3), 550-571. <https://doi.org/10.1108/ijis-11-2022-0223>

Zvirgzdina, R., Sakena, D. & Linina, I. (2024). *Reorganization business management model for increasing the competitiveness of real estate management companies in Latvia through merger and acquisition transactions*. Proceedings of the 15th International Scientific and Practical Conference. <https://doi.org/10.17770/etr2024vol1.7956>