

Desarrollo e implementación de las TICs en las pymes en la ciudad de Guayaquil

Development and implementation of ICTs in SMEs in the city of Guayaquil

Daniel Fiallo Moncayo¹ y Stalin Fiallo Castillo²,

¹Universidad de Guayaquil, Guayaquil, Ecuador, daniel.fiallom@ug.edu.ec.

²Universidad de Guayaquil, Guayaquil, Ecuador, stalin.fialloc@ug.edu.ec.

(2021). Desarrollo e implementación de las TICs en las pymes en la ciudad de Guayaquil.

STRATEGOS Research Journal, 1(1), 1-13.

Resumen

Las Pymes se han constituido en uno de los sectores productivos más significativos para las economías de los países y a nivel mundial debido a su contribución en el crecimiento económico y a la generación de riqueza. Hoy en día las empresas realizan estrategias competitivas para incrementar su productividad tanto interna como externa y estar por encima de la competencia que los rodea, el propósito fundamental de las estrategias comparativas es definir acciones o métodos que deben ser expuestos en un mercado para obtener resultados óptimos, este puede ser llamado también como ideas de negocio. El propósito de este artículo es proponer líneas generales de investigación sobre la adopción de las TIC por las pequeñas y medianas empresas (PYMES) en temas tales como e-commerce y el e-business, mediante la cual se pretende identificar los factores más comunes que limitan o favorecen su adopción como elemento clave en la estrategia competitiva de las PYMES en Guayaquil, tratando de contribuir al desarrollo de un modelo para el fortalecimiento de la competitividad en las PYMES por medio de la correcta utilización de sistemas y tecnologías de la información, Esta investigación se fundamenta por medio de una investigación bibliográfica y tecnológica que se ejecutó con la ayuda de recursos escritos tanto como textos, revistas, libros e internet.

Palabras claves: pymes; sectores productivos; crecimiento económico; riqueza; estrategias competitivas; productividad; mercado.



Esta obra está bajo una licencia de creative commons: atribución-NoComercial-SinDerivadas 4.0. Los autores mantienen los derechos sobre los artículos y por tanto son libres de compartir, copiar, distribuir, ejecutar y comunicar

1

públicamente la obra.

Revista STRATEGOS. URL: <https://ug.edu.ec>

Abstract

PYMEs have become one of the most significant productive sectors for the economies of the countries and worldwide due to their contribution in economic growth and the generation of wealth. Nowadays companies carry out competitive strategies to increase their productivity both internal and external and to be above the competition that surrounds them, the fundamental purpose of the comparative strategies is to define actions or methods that must be exposed in a market to obtain optimum results, This can also be called as business ideas. The purpose of this article is to propose general lines of research on the adoption of ICT by small and medium-sized enterprises (PYMEs) in topics such as e-commerce and e-business, in which it is intended to identify the most common factors that Limit or favor their adoption as a key element in the competitive strategy of PYMEs in Guayaquil, trying to contribute to the development of a model for the strengthening of competitiveness in PYMEs through the correct use of information systems and technologies, This Research is based on a bibliographical and technological research that was executed with the help of written resources such as texts, magazines, books and the internet

Keywords: PYMEs; productive sectors; economic growth; wealth; competitive strategies; productivity; market.

Introducción

Actualmente, Las pequeñas y medianas empresas (pymes), desempeñan un papel fundamental como generadoras de empleo, agentes de estabilización social y fuentes de innovación, contribuyendo a la disminución de la pobreza y al proceso general de desarrollo económico. La importancia de las Pymes no solo reside en características que afectan la economía del país, sino en las ventajas que tiene respecto a las grandes empresas, entre las que resaltan: más facilidad en la creación de empleos; mayor tendencia a la innovación; más capacidad de adaptar sus productos y servicios a las necesidades y exigencias de los consumidores.

Las Pymes se han constituido en uno de los sectores productivos más significativos para las economías de los países a nivel mundial debido a su contribución en el crecimiento económico.

Desde una simple conceptualización que la describe como la capacidad para desempeñar una serie de tareas en un empleo definido, hasta aquellas más complejas que la ubican como la



Esta obra está bajo una licencia de creative commons: atribución-NoComercial-SinDerivadas 4.0. Los autores mantienen los derechos sobre los artículos y por tanto son libres de compartir, copiar, distribuir, ejecutar y comunicar

2

públicamente la obra.

Revista STRATEGOS. URL: <https://ug.edu.ec>

movilización de diferentes tipos de saberes y actitudes, la competencia laboral ha sido quizás uno de los conceptos que mayores debates y análisis ha suscitado. Su aplicación en la gestión del talento humano, en aspectos como la formación y el desarrollo, en la formación y capacitación laboral, pone el término al frente de variadas actividades. Se tiene así la formación por competencias, la selección por competencias, la evaluación por competencias y la compensación por competencias.

El acceso a una educación de calidad, en tanto derecho fundamental de todas las personas, se enfrenta a un contexto de cambio paradigmático al comenzar el siglo XXI. El desarrollo que han alcanzado las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TICs) en los últimos años demanda al sistema educacional una actualización de prácticas y contenidos en las mallas curriculares que estén acordes a las necesidades de una nueva sociedad híper comunicada

Guayaquil, país en vías de desarrollo educativo superior, con una importante participación en el mercado internacional, tiene su principal concentración comercial en la ciudad de Guayaquil. Esta ciudad acoge a cerca de 2.4 millones habitantes y cerca de 500 mil personas como población flotante. Andes (2014).

Durante la última década la Tecnología de la Información y Comunicación (TIC), en particular aquella soportada sobre la Internet, ha modificado de manera profunda la vida moderna. El impacto de esta tecnología se detecta en una infinidad de actos cotidianos que van desde la compra de boletos aéreos a la interacción con el sector público (para obtener un certificado, participar en las compras públicas, que representan una cuota importante del PIB, pagar impuestos), de la información médica al juego y a la comunicación entre personas: en fin el modus operandi de la sociedad moderna y de sus instituciones públicas y privadas se ve profundamente modificado.

Lo que hace unos años se definía como el “tsunami” de las nuevas tecnologías (la informática, la Internet y las telecomunicaciones), ha afectado también al sector empresarial. La adopción de TIC en las empresas se ha sucedido en etapas. Si bien con altas y bajas, en general las grandes empresas han mantenido las inversiones en sistemas de soporte a sus funciones empresariales desde hace varias décadas, por ejemplo, en sistemas de intercambio electrónico de datos (EDI – Electronic Data Interchange). En cierta medida las grandes empresas han señalado (y lo siguen haciendo) el camino a las empresas de menor tamaño. Con la simplificación y



Esta obra está bajo una licencia de creative commons: atribución-NoComercial-SinDerivadas 4.0. Los autores mantienen los derechos sobre los artículos y por tanto son libres de compartir, copiar, distribuir, ejecutar y comunicar

3

públicamente la obra.

Revista STRATEGOS. URL: <https://ug.edu.ec>

reducción de los costos de la tecnología, los servicios -que antes estaban al alcance de las grandes empresas poco a poco se han difundido a medianas y hasta pequeñas empresas. Es verdad que también hubo fracasos en las estrategias de grandes empresas, especialmente durante el boom de Internet de los años 1990, pero los errores (y las pérdidas) fueron rápidamente absorbidos y sus lecciones incorporadas en mejores prácticas.

Desarrollo

Las Pequeñas y Medianas empresas PYMES necesitan incorporar tecnología a sus estrategias de negocio para poder ser más productivas y aumentar su grado de eficiencia. Éstas Empresas PYMES constituyen cerca del 50% de los ingresos de los ingresos de cualquier País, lo que las sitúa en una posición de considerable trascendencia, ya que, logrando su modernización, se logra la modernización del país en general.

Existen diversos obstáculos que impiden el desarrollo de proyectos de tecnología en las empresas, entre los que destacan la resistencia al cambio y la mala definición de los requerimientos. Las PYMES presentan diferentes necesidades que las hacen recurrir al uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC). Por otro lado, están las empresas de tecnologías de información y comunicación (TIC), que proveen las soluciones tecnológicas a las PYMES. Estas empresas, en los últimos años, se han dado cuenta del potencial que representan las PYMES y han puesto los ojos en dichas empresas, una de las soluciones que tiene importancia es Internet, que juega un papel muy importante para las PYMES y, dada su versatilidad, contribuye de manera satisfactoria en la cobertura de sus necesidades.

Las empresas nacen como un agente económico o ente social con características jurídicas, para atender las necesidades propias de la sociedad creando satisfactores a cambio de una retribución que compense riesgos, esfuerzos, inversiones, etc. A nivel mundial existe una gran variedad de formas de considerar y definir a las micro, pequeñas y medianas empresas, dependiendo de las necesidades propias de cada país o de los objetivos que se persigan.

La Unión Europea define a las PYMES como aquellas con menos de 250 empleados y que son independientes de compañías más grandes. Esta definición es crítica para establecer qué compañías pueden beneficiar de los programas dirigidos a las PYMES de la EU, y de ciertas políticas tales como reglas de competencia específicas para PYMES. Según la legislación vigente



Esta obra está bajo una licencia de creative commons: atribución-NoComercial-SinDerivadas 4.0. Los autores mantienen los derechos sobre los artículos y por tanto son libres de compartir, copiar, distribuir, ejecutar y comunicar

4

públicamente la obra.

Revista STRATEGOS. URL: <https://ug.edu.ec>

en Colombia las pymes se encuentran reglamentadas bajo la ley 590 del 2000 y modificada con la ley 905 del 2004, donde fueron expedidas para promover su desarrollo, las define como: "Toda unidad de explotación económica, realizada por persona natural o jurídica, en actividades empresariales, agropecuarias, industriales, comerciales o de servicios, rural o urbana," y las clasifica según el número de empleados e ingresos anuales.

Las PYMES constituyen una parte importante de la economía nacional de los países desarrollados, por lo que en las últimas décadas los gobiernos han reconocido su relevancia.

Revisión Literaria

Las PYMES

De acuerdo al Sri (2009), "al conjunto de pequeñas y medianas empresas que, de acuerdo a su volumen de ventas, capital social, cantidad de trabajadores, y su nivel de producción o activos presentan características propias de este tipo de entidades económicas." Las Pymes quieren decir que son unas pequeñas y medianas entidades, es un acronimino de utilización habitual para especificar el volumen de una entidad fundamentada en la cantidad de trabajadores, este diseño de compañía posee una parte primordial en el patrimonio del país por medio de la generación de áreas de labores. Las evaluaciones de una compañía dependen del lugar de la acción del mercado.

Según Carlos Cleri (2011), "las pequeñas y medianas empresas son definidas según al número de empleados que poseen, el número de ventas y niveles de elaboración" (p. 54).

Las pequeñas y medianas compañías son entidades que obtienen particularidades específicas, que poseen una dimensión con algunos trabajadores y los términos financieros determinados por el estado.

Por lo habitual en el territorio las pequeñas y medianas entidades que se han creado efectúan distintos tipos de acciones económicas entre las que se recalcan las consiguientes: (SRI, 2009)

- Comercio al por mayor
- Comercio al por menor
- Agricultura



Esta obra está bajo una licencia de creative commons: atribución-NoComercial-SinDerivadas 4.0. Los autores mantienen los derechos sobre los artículos y por tanto son libres de compartir, copiar, distribuir, ejecutar y comunicar

5

públicamente la obra.

Revista STRATEGOS. URL: <https://ug.edu.ec>

- Silvicultura y pesca
- Industrias manufactureras
- Construcción

Importancia de las pymes

(Castillo, 2012). Las PYMES en nuestro país se encuentran en particular en la producción de bienes y servicios, siendo la base del desarrollo social del país tanto produciendo, demandando y comprando productos o añadiendo valor agregado, por lo que se constituyen en un actor fundamental en la generación de riqueza y empleo.

Tratamiento tributario de las PYMES

Para fines tributarios las PYMES de acuerdo al tipo de RUC que posean se las divide en personas naturales y sociedades. De acuerdo a cuál sea su caso Ud. podrá encontrar información específica para cumplir con sus obligaciones tributarias escogiendo las opciones Personas Naturales o Sociedades.

De acuerdo a González (2013), las Pymes en el territorio se hayan en la elaboración de bienes y servicios, siendo esta el fundamento del incremento general del país tanto originando, solicitando y adquiriendo artículos o incrementando costo añadido, por lo que forman un actor principal en la reproducción de riqueza y trabajo. (p. 14) Las terminaciones tributarias de las pymes se las determinan según al tipo de RUC que poseen y se las fragmenta en personas naturales y jurídicas, según cual sea el asunto que se esté tratando. Los fines tributarios de las Pymes se las define de acuerdo al tipo de RUC que posean y se las divide en personas naturales y sociedades, de acuerdo a cuál sea el caso que se está desarrollando.

Funciones de las pymes

Angelelli (2013), menciona los tipos de funciones que desarrollan las Pymes:



Esta obra está bajo una licencia de creative commons: atribución-NoComercial-SinDerivadas 4.0. Los autores mantienen los derechos sobre los artículos y por tanto son libres de compartir, copiar, distribuir, ejecutar y comunicar

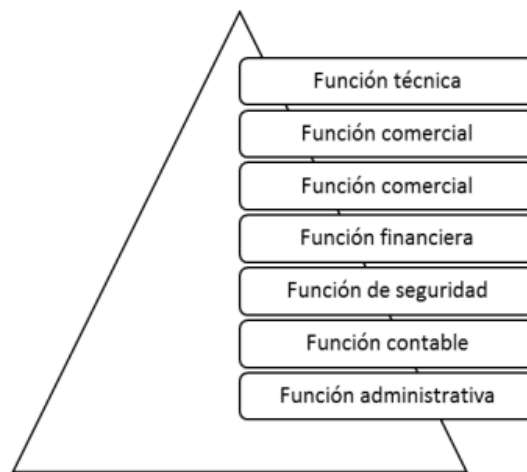
6

públicamente la obra.

Revista STRATEGOS. URL: <https://ug.edu.ec>

Figura 1

Funciones de las PYMEs



Fuente: (Angelelli, 2013)

Fuente: (Angelelli, 2013)

- Función técnica. Vinculada con la elaboración de bienes y servicios.
- Función comercial. Es aquel que se haya vinculado con la adquisición y con la comercialización, esto quiere decir que es el cambio.
- Función financiera. Está vinculada con la examinación y administración de capitales para lograr obtener un enfoque de los cambios, propósitos y gastos.
- Función de seguridad. Está vinculada con el resguardo de los capitales.
- Función Contable. Está vinculado con los inventarios, búsquedas, balances, esquemas.
- Función Administrativa. Vinculado con la composición de algunas ocupaciones.

Las TICs en las Pymes



Esta obra está bajo una licencia de creative commons: atribución-NoComercial-SinDerivadas 4.0. Los autores mantienen los derechos sobre los artículos y por tanto son libres de compartir, copiar, distribuir, ejecutar y comunicar

7

públicamente la obra.

Revista STRATEGOS. URL: <https://ug.edu.ec>

Sin duda alguna Internet ha cambiado la vida de las personas y de las empresas, en la actualidad y lo digital nace y se extiende a todos los rincones empresariales y de la vida cotidiana incluyendo nuestro comportamiento como consumidores, por ello el marketing no podía quedarse al margen. El marketing tiene su razón de ser en la orientación al cliente y por tanto si los clientes cambian, el marketing debe cambiar. Las TIC's facilitan nuevos modelos de negocio, multiplican la productividad e impulsan el crecimiento en las empresas. Su adopción en la vida cotidiana aporta valor al día a día y al desarrollo de múltiples actividades. La mayor parte de esos nuevos productos y servicios utilizan la Red. (Kotler Philip, A. M, 2013)

Por otra parte, las TIC's también son excelentes aliadas para prestar un servicio de calidad en las PyMES. Donde calidad se define como "La satisfacción del cliente, y la satisfacción está ligada a las expectativas del cliente sobre un producto o servicio, generadas de acuerdo a sus necesidades (Gutiérrez, 1997), en otras palabras, el dar al cliente lo que espera. Debido a que la satisfacción es subjetiva y cada cliente tiene una percepción diferente lo que conlleva a estar en continua comunicación con el cliente. Es decir, como saber lo que el cliente quiere. La forma más sencilla es preguntándole y estar con contacto continuo, ese contacto se ha hecho cada día de forma más personalizada gracias a las redes sociales, correos, blocs las cuales son parte de las TIC's.

En la actualidad el desafío es que las PyMES logren visualizar a las TIC's como una inversión que les permitirán ser competitivas y no como un gasto innecesario. Esta investigación tiene como propósito describir la percepción de los empresarios con respecto a la adopción de las TIC's, específicamente para las variables de Calidad en el Servicio y Marketing que para efectos de este trabajo se denominó Capacidades de Marketing.

Metodología

La metodología empleada en el presente trabajo es analítica, bibliográfica y de campo, ya que se ha procedido a analizar los procesos de inventarios relacionadas con la preparación y presentación de los estados financieros, y se ha realizado la aplicación práctica de lo estudiado con la información para el desarrollo e implementación de las tics en las PYMEs en la ciudad de Guayaquil, que luego de haberla procesado se propone como recomendación la aplicación de los procesos de inventarios.



Esta obra está bajo una licencia de creative commons: atribución-NoComercial-SinDerivadas 4.0. Los autores mantienen los derechos sobre los artículos y por tanto son libres de compartir, copiar, distribuir, ejecutar y comunicar

8

públicamente la obra.

Revista STRATEGOS. URL: <https://ug.edu.ec>

De acuerdo al tema de investigación se han seleccionado dos tipos de investigación que facilitarán el desarrollo del estudio: investigación documental e investigación de campo, tal como se explica a continuación:

- **Investigación de Campo.** Esta investigación de campo ayuda a averiguar los posibles problemas que existen al implementar el sistema y a evaluar la situación para buscar las mejores alternativas en dar solución a tiempo a los inconvenientes que se puedan presentar. La investigación de campo permitirá observar e identificar información relacionada para el desarrollo e implementación de las tics en las PYMEs en la ciudad de Guayaquil.

- **Investigación bibliográfica:** Es el método que nos permitirá identificar procesos para el desarrollo de la bibliografía como un instrumento para proporcionar información necesaria utilizando diferentes medios (Libros, textos, revistas, entre otros), para recopilar la información respectiva para posterior sustento teórico. (Álvarez, C. E, 2006).

Métodos

Método Analítico. El método analítico toma por punto de partida el conocimiento buscado, y retrocede, suponiendo ordenes de dependencia en los que ese conocimiento está incluido, hasta lograr la conexión con cadenas deductivas que son ya conocidas y evidentes. Caimi (2003), p. 39. El análisis es la observación y examen de un hecho en particular. Para ello se considera preciso conocer la naturaleza del fenómeno y objeto que se estudia en función de comprender su esencia. Este método nos permite conocer más del objeto de estudio, con lo cual se puede: explicar, hacer analogías, comprender mejor su comportamiento y establecer nuevas teorías.

El método analítico es de gran ayuda para deducir de una manera eficiente un conocimiento que se puede interpretar de varias formas, existen conocimientos que cuentan con varios tipos de ramificaciones y el método analítico nos ayuda a escoger la mejor línea deductiva que en este caso para el desarrollo e implementación de las tics en las PYMEs en la ciudad de Guayaquil.

Técnicas de investigación

“Las técnicas permiten la recolección de la información por medio de los instrumentos de investigación, tales como: encuestas, entrevistas, observación entre otros”. González (2010).



Esta obra está bajo una licencia de creative commons: atribución-NoComercial-SinDerivadas 4.0. Los autores mantienen los derechos sobre los artículos y por tanto son libres de compartir, copiar, distribuir, ejecutar y comunicar

9

públicamente la obra.

Revista STRATEGOS. URL: <https://ug.edu.ec>

La encuesta que se utilizó como instrumento de este trabajo de investigación es tratar de recolectar la información oportuna para hacer factible en base al problema que se menciona. La información recolectada es cuantitativa debido a que se usaron instrumentos de mediación estadísticos para llegar a una conclusión.

Encuestas. La encuesta es una de las técnicas de recolección más usadas y se realiza a un determinado grupo de personas con la fundamentación del cuestionario. La encuesta es relevante porque refleja datos trascendentales y además permite observar la reacción que se provoca en el individuo evaluado.

Población y muestra

Población

Según Prieto (2013) define a la población como el factor básico de producción y distribución de riqueza material. No es posible la planificación o llevar a cabo actividades de desarrollo económico y social ni actividades administrativas o investigación científica de datos precisos y detallados acerca de la magnitud, distribución y composición de población (p. 55).

Los datos corresponden a información obtenida de la base de datos de la Cámara de Comercio de Guayaquil, un total de 26.301 empresas en la ciudad de Guayaquil para el año 2016.

Tabla 1

Población

Tamaño de la Empresa	2015	2016
Microempresa	14,961	11,058
Pequeña Empresa	5,256	6,958
Mediana Empresa	3,169	2,577
No Definido	3,613	5,708
Total	26,999	26,301

Fuente: (Cámara de Comercio de Guayaquil, 2016)



Esta obra está bajo una licencia de creative commons: atribución-NoComercial-SinDerivadas 4.0. Los autores mantienen los derechos sobre los artículos y por tanto son libres de compartir, copiar, distribuir, ejecutar y comunicar

públicamente la obra.

Revista STRATEGOS. URL: <https://ug.edu.ec>

Elaborado por: Los autores

Muestra

Para el cálculo del tamaño muestral, se empleará la fórmula para la población infinita.

$$n = \frac{Z^2 * P * Q}{e^2}$$

Z = Nivel de confianza (1.96)
p = Probabilidad de éxito (0.5)
q = Probabilidad de fracaso (0.5)
e = Margen de error (0.05)

$$n = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5}{(0.05)^2}$$

$$n = \frac{3,8416 * 0.5 * 0.5}{0.0025}$$

$$n = 384$$

Como es de conocer, el cálculo del tamaño de la muestra reflejó un total de 384 objetos de estudio, dándose aquel valor, ya que se consideró como nivel de confianza un 95%, siendo 1.96 el valor asignado para Z, debido al porcentaje de confianza estimad, a más de ello, se tomó un 5% para el margen de error, un 50% para la probabilidad de éxito, y otro 50% para la probabilidad de fracaso.

Resultados y Discusión



Esta obra está bajo una licencia de creative commons: atribución-NoComercial-SinDerivadas 4.0. Los autores mantienen los derechos sobre los artículos y por tanto son libres de compartir, copiar, distribuir, ejecutar y comunicar

11

públicamente la obra.

Revista STRATEGOS. URL: <https://ug.edu.ec>

A través del estudio se pudo evidenciar que las prioridades de las Pymes en invertir en tecnologías de la información y comunicación es básicamente por Adquirir o actualizar Pc, Mejorar la seguridad de la red, Fortalecer el servicio al cliente, Mejorar la capacidad de almacenamiento, por Mejorar el control de las finanzas, por control de inventarios, pero realmente sin tener conciencia cual es el alcance de la acertada implementación de las TICs en cada pyme.

El sector empresarial en la ciudad de Guayaquil ha entendido que el impacto e incidencia de las tecnologías de la información y comunicación en las pymes las conllevan a la adquisición, producción, almacenamiento, tratamiento, comunicación, registro y presentación de la información, en forma de voz, imágenes y datos contenidos en señales de naturaleza acústica, óptica o electromagnética, lo cual es una gran facilidad para desarrollar gestionar lazos comerciales.

Conclusiones

En el desarrollo de esta investigación se encontraron valiosas conclusiones que se pueden agrupar así: Con el desarrollo de la investigación se pudo dar a conocer las instituciones y el marco legal que amparan y ayudan a las pymes a nivel nacional y regional, más sin embargo es pertinente comentarlo que no importante cuanto norma aprueben, si los gerentes de las pymes no son conscientes de la importancia de las tics, todos los esfuerzos tanto del sector privado como del publico serán infructuosas.

Finalmente, la falta de confianza es una fuerte barrera a la creación de lazos de cooperación, las políticas de apoyo a las TICs deben fomentar la creación de una cultura innovadora entre las empresas para que éstas sean competitivas. Esta cultura debe animar no sólo a la organización sistemática de la información para el planeamiento de largo plazo, mientras las pymes se encuentren presas a una estrategia competitiva basada en una visión de corto plazo y se mantengan aisladas, tendrán dificultades en seguir los continuos cambios que tienen lugar en los mercados globalizados.

Referencias



Esta obra está bajo una licencia de creative commons: atribución-NoComercial-SinDerivadas 4.0. Los autores mantienen los derechos sobre los artículos y por tanto son libres de compartir, copiar, distribuir, ejecutar y comunicar

12

públicamente la obra.

Revista STRATEGOS. URL: <https://ug.edu.ec>

- Álvarez, C. E. (2006). Metodología diseño y desarrollo del proceso de investigación con énfasis en ciencias empresariales. Bogotá: Limusa Noriega Editoriales.
- Andes. (18 de mayo de 2014). Guayaquil, una ciudad que solo puede expandirse hacia la vía a la costa. Obtenido de <http://www.andes.info.ec/es/noticias/guayaquil-ciudad-solo-puede-expandirse-hacia-costa.html>
- Angelelli. (2013). Funciones de las pymes. Perú: Lima.
- Caimi, M. (2003). Discurso del método: volumen 39 of (clásicos del pensamiento) colihue clásico. Argentina: ediciones colihue srl.
- Cámara de comercio de guayaquil. (2016). [Www.lacamara.org/website/](http://www.lacamara.org/website/).
- Castillo, a. V. (26 de 09 de 2012). Legislación comercial. Obtenido de <http://comerciocr.bligoo.es/pymes-ymipymes-concepto-caracteristicas-ventajas-desventajas-caracteristicas>
- Cleri, C. (2011). Libro de las pymes. Madrid: esic.
- González, R. M. (2013). Las pymes. Lima: linm
- Kotler Philip, A. M. (2013). Estrategias de marketing digital para pymes. Valencia, España: anetcom.
- Prieto Herrera, J. (2013). Investigación de mercado. Bogotá: ecoe ediciones.
- Ramírez González, A. (2010). Metodología de la investigación científica.
- SRI. (16 de 05 de 2009). Las PYMEs. Obtenido de <http://www.sri.gob.ec/web/10138/32@public>



Esta obra está bajo una licencia de creative commons: atribución-NoComercial-SinDerivadas 4.0. Los autores mantienen los derechos sobre los artículos y por tanto son libres de compartir, copiar, distribuir, ejecutar y comunicar