

04

APLICACIÓN DE LAS TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN EN EL DESARROLLO DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS

APPLICATION OF INFORMATION AND COMMUNICATION TECHNOLOGIES IN THE DEVELOPMENT OF MICRO AND SMALL ENTERPRISES

Alexander Frank Pasquel Cajas¹

E-mail: apasquel89@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0603-0329>

Lorenzo Pasquel Loarte²

E-mail: lorenzo_pasquel_loarte@hotmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7740-2329>

Tomasa Verónica Cajas Bravo²

E-mail: veronica.cajas64@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8939-3733>

Arcelia Olga Rojas Salazar³

E-mail: m2arcelia@hotmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3731-4057>

Manuel Alberto Mori Paredes⁴

E-mail: m2paredes@hotmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9687-492X>

¹ Pontificia Universidad Católica del Perú. Perú.

² Universidad Nacional "Hermilio Valdizán" Perú.

³ Universidad Nacional del Callao. Perú.

⁴ Universidad César Vallejo. Perú.

Cita sugerida (APA, séptima edición)

Pasquel Cajas, A.F., Pasquel Loarte, L., Cajas Bravo, T. V., Rojas Salazar, A., & Mori Paredes, M. A. (2021). Aplicación de las Tecnologías de Información y Comunicación en el desarrollo de las micro y pequeñas empresas. *Revista Conrado*, 17(80), 41-47.

RESUMEN

Se estudia la aplicación de las tecnologías de información y comunicación en el desarrollo de las micro y pequeñas empresas del distrito de Huánuco en el sector construcción. Estas empresas constituyen cerca del 50% 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. La investigación fue de tipo aplicada, nivel descriptivo, diseño no experimental transeccional. Los resultados muestran que el 95% de las empresas constructoras de Huánuco conocen acerca de las aplicaciones de las tecnologías de la información y comunicación, siendo el comercio electrónico (18,9%) la aplicación más usada. Internet, juega un papel muy importante para las empresas (69%) en sus procesos de compra y venta, dada su versatilidad, contribuye de manera satisfactoria en la cobertura de sus necesidades. 55% de las empresas cuenta con página web. La herramienta menos utilizada es la banca electrónica (80%) ya que no se considera su uso. Se concluye que estas empresas necesitan incorporar tecnología a sus estrategias de negocio para ser más productivas y aumentar su grado de eficiencia.

Palabras clave:

Tecnologías de la información y comunicación, impacto, Micro y pequeñas empresas.

ABSTRACT

The application of information and communication technologies in the development of micro and small enterprises of the Huánuco district in the construction sector is studied. These companies constitute about 50% of the income of any country, which places them in a position of considerable importance, since by achieving their modernization, the modernization of the country in general is achieved. The research was applied type, descriptive level, non-experimental transeccional design. The results show that 95% of the construction companies in Huánuco know about the applications of information and communication technologies, with electronic commerce (18.9%) being the most used application. Internet plays a very important role for companies (69%) in their buying and selling processes, given its versatility, it contributes satisfactorily to the coverage of its needs. 55% of companies have a website. The least used tool is electronic banking (80%) since its use is not considered. It is concluded that these companies need to incorporate technology into their business strategies to be more productive and increase their efficiency.

Keywords:

Information and communication technologies, impact, Micro and small businesses.

INTRODUCCIÓN

Actualmente no se puede concebir una empresa orientada al éxito sin el apoyo de tecnologías de información y comunicación (TIC) para administrar sus procesos de negocio (Saavedra & Tapia, 2013).

Las Micro y Pequeñas Empresas (MYPES) son uno de los principales medios de desarrollo económico en el Perú, la misma que ha formalizado su actividad mediante Ley N°28015 del 03 de Julio del 2003 (Perú. Congreso de la República, 2003).

Según el Instituto Nacional de Estadística e Informática (2013), en el Perú existe 1 millón 713 mil 272 unidades empresariales, de las cuales de 99,6% son micro, pequeñas y medianas empresas. En el sector construcción registran gran cantidad y las que utilizan las TIC, son solo un 15% del total. Por lo que este sector se ve regazado de las ventajas que brinda estas herramientas, pues permiten a los emprendedores optimizar la productividad de su empresa y dar a conocer sus productos a nivel nacional e internacional.

Terrones (2016), citado por Fretel (2018), sostuvo que las MYPES que ingresan a Internet usan este servicio para obtener acceso a mercados (33,5%), información y asistencia técnica (31,2%) y contacto con proveedores (18,3%). Elegir y utilizar las tecnologías de información adecuadas para administrar la empresa, y optimizar los procesos de planificar la actividad significa la capacidad para competir en nuevos escenarios.

El uso de las diferentes herramientas y prácticas de TIC al interior de la MIPYME contribuyen a que en general, la organización tenga un mejor desempeño innovador (Gálvez, 2014). Por ello, para tener éxito en una economía cada vez más globalizada y con un alto nivel de competitividad, las empresas necesitan desarrollar nuevas ideas y trasladarlas a sus estrategias empresariales. Cada vez más las MYPES que entran en el competitivo mundo del internet donde el interesado en un producto puede comparar costos y calidades en cuestión de segundos.

De acuerdo con el estudio realizado por López Rodríguez & López Rodríguez (2018), en su investigación sobre el Impacto de las TIC en el turismo: Caso colombiano precisa que los empresarios resaltan que en el uso de TIC han tenido un efecto positivo en aspectos como: llegar más fácilmente a público objetivo, mejorar la competitividad y lograr el mayor conocimiento de la empresa por parte de los clientes. Además, consideran que la página web y el correo electrónico son las herramientas que más contribuyen a mejorar las ventas asimismo afirma que, aún falta camino por recorrer para que los empresarios de las

Mipymes implementen estrategias adecuadas de marketing, debido a lo reciente del sector, al desconocimiento del potencial de las TIC y a la deficiente investigación e innovación.

Por otro lado, la brecha digital es reconocida como un gran obstáculo al desarrollo económico, empresarial y una barrera al progreso de las sociedades esto es aún más notable en el mundo de la industria, el comercio y los negocios donde se insertan las MYPES, el insuficiente acceso a las TIC limita la disponibilidad de información de relevancia para el mejor funcionamiento de estas empresas, así como el crecimiento en el mercado, nivel de operación, desarrollo y crecimiento. La microempresa por el escaso presupuesto con el que cuenta no tiene muchas posibilidades de llevar a cabo un proyecto como poner su propia página web y así de esa manera ampliar su mercado.

Desde el punto de vista de Platero et al. (2015) la necesidad de impulsar la formación específica en TIC para consolidar su uso y adopción por parte de las microempresas puede ayudar a generar mayores niveles de innovación en las organizaciones, especialmente Pymes. Asimismo, señala que la mejora de las microempresas en muchas economías redundaría en una gran contribución a la producción nacional y, sobre todo, a la creación de empleo y al desarrollo económico.

Según el Ministerio de Producción, el departamento de Huánuco cuenta con 17,673 MYPES al año 2014. Estas empresas no son ajenas a las oportunidades y retos que las TIC generan; sin embargo, cada una de ellas, en función de su tamaño y actividad, deberá adoptar soluciones diferentes en este campo.

Actualmente, en el distrito de Huánuco no se tienen datos sobre cómo es la aplicación de las TIC en las micro y pequeñas empresas, de qué forma la usan en sus operaciones comerciales y cuál es el aprovechamiento que hacen de las tecnologías de información y comunicación. No ofrecer un debido aprovechamiento en su uso, puede originar que éstas se conviertan en herramientas de automatización de oficina y no sean instrumento para la mejora de su empresa. Por ello, la investigación busca analizar la aplicación de las TIC en el desarrollo de las MYPES del Distrito de Huánuco.

La Tecnología de Información y Comunicación (TIC) comprende el estudio, diseño, desarrollo, implementación, soporte de sistemas de información basados en computadores y aplicaciones de software (Simsek, et al., 2010).

Actualmente, las empresas buscan implementar herramientas y estrategias que contribuyan al logro de sus

objetivos, siendo las TIC necesarias en todos los niveles para lograr mayores capacidades y desarrollo organizacional dentro del mercado. Estas tecnologías permiten un ahorro tanto en costos como en tiempo, contribuyendo a gestionar los flujos de información de cada proceso, especialmente en el campo de la producción, los inventarios, la gestión y otro sin número de acciones que realiza la empresa día a día (Monasterios, et al., 2012).

Desde una perspectiva distinta, la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (2011), afirma que, a nivel de las empresas, se requiere de un proceso de maduración en el uso de TIC, que pasa de la simple utilización con impactos productivos no significativos, hasta el uso y aprovechamiento que transforma sus procesos productivos, de negocio y de toma de decisiones. Desde esta perspectiva, la incorporación de las TIC en la dinámica de las empresas se realiza en cuatro etapas a lo largo de un sendero evolutivo, relacionado íntimamente con el tamaño y madurez de las empresas de las economías:

1. Las empresas tienen problemas para acceder. Predominan las micro y pequeñas empresas, en particular las informales.
2. Las empresas se concentran en la generación de la información y su manejo básico. Una parte de las empresas informales se han formalizado; predominan las pequeñas y medianas empresas.
3. Analizar esa información para la toma de decisiones. Una parte importante de la producción es realizada por empresas medianas y grandes.
4. Articulan esas tecnologías y las aprovechan en la organización y en la producción, avanzando en innovación. Este proceso implica niveles cada vez mayores de productividad, fundamento de la competitividad, y salarios mayores. Existencia de un número importante de grandes empresas.

La Ley 28015 (Perú. Congreso de la República, 2003) y define a las Micro y pequeñas empresas como: "Unidad económica que opera una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial, que desarrolla actividades de extracción, transformación, producción y comercialización de bienes o prestación de servicio, que se encuentra regulada en el TUO (Texto único ordenado), de la ley de competitividad, formalización y desarrollo de las micro y pequeña empresa y del acceso al empleo decente".

Esta ley muestra el trabajo impulsado por el Estado peruano para contribuir con las micro y pequeñas empresas, buscando una mejora de sus capacidades a través de la formalización y la asistencia técnica que otorgan algunos programas propuestos por el estado.

En su artículo 5, la ley muestra que las micro, pequeñas y medianas empresas, deben ubicarse en alguna de las siguientes categorías empresariales, establecidos en función de sus niveles de ventas anuales: Microempresa, ventas anuales hasta el monto máximo de 150 unidades impositivas tributarias. Pequeña empresa: ventas anuales superiores a 150 UIT y hasta el monto máximo de 1700 unidades impositivas tributarias (UIT). Mediana empresa: ventas anuales superiores a 1700 UIT y hasta el monto máximo de 2300 UIT. La gestión empresarial garantiza el éxito de los negocios, pues a través de ellas se puede mejorar la eficiencia en el cumplimiento de los objetivos, ya que se mejoran las actividades internas y externas de la empresa.

Para Gálvez, et al. (2014), ni el tamaño ni la edad de la empresa son factores que inciden de manera considerable en la influencia de las TIC en ambiente web sobre el rendimiento de la organización, por lo cual, teniendo en cuenta dichos factores, las Mipyme tienen en general las mismas oportunidades de beneficiarse de estas herramientas y prácticas.

MATERIALES Y MÉTODOS

La investigación fue aplicada (Hernández, et al., 2010), buscó respuestas efectivas y fundamentales a un problema detectado. Abarcó un nivel descriptivo analizando la aplicación de las Tecnologías de Información y Comunicación en el Desarrollo Empresarial de las MYPES en el sector Construcción del distrito de Huánuco. Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades, las características y los aspectos importantes del fenómeno que se somete a análisis (Gómez, 2006).

Fue un estudio no experimental de tipo transeccional recopilando datos en un solo momento y tiempo único (Tamayo, 2003). La población y muestra estuvo conformada por 20 empresarios de las constructoras del distrito de Huánuco, teniendo como referencia la base de datos de la Cámara de Comercio e Industrias de Huánuco – 2019.

Se empleó como técnica la encuesta y como instrumento un cuestionario con preguntas tipo escala empleado para medir la aplicación de las Tecnologías de Información y Comunicación en el Desarrollo Empresarial de las MYPES en el sector Construcción del distrito de Huánuco.

El instrumento fue validado mediante el juicio de expertos. Su confiabilidad se determinó mediante el Alfa de Cronbach, obteniendo un índice de 0,91, con lo cual fue muy confiable. Los datos fueron procesados a través del software estadístico SPSS versión 20.0

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

La sociedad actual, crece de forma acelerada. La presencia de las tecnologías ha permeado toda la vida social y económica de las naciones. Las micro y pequeñas empresas (MYPES) necesitan alinearse a este crecimiento inminente y los gerentes saben que requieren incorporar tecnología a sus estrategias de negocio para poder ser más productivas y aumentar su grado de eficiencia.

Al realizar el estudio sobre la aplicación de las TIC en las MYPES de la ciudad de Huánuco, se pudo apreciar que en un 95% las empresas constructoras conocen acerca de las TIC. Conocen diversas aplicaciones, tales como: página web y banca electrónica (15,7%), comercio electrónico y redes sociales (15%), banca electrónica (14,2%), correo electrónico (13,4%) y facturación electrónica (11%). No obstante, presentan diferentes necesidades que las hacen recurrir al uso de las TIC. De esta forma, las aplicaciones utilizadas son: Comercio electrónico (18,9%), correo electrónico y página web (17%), redes sociales (16%), herramientas ofimáticas (14,2%), banca electrónica (11,3%) y facturación electrónica (5,7%)

Estos resultados discrepan de los hallazgos de Fonseca (2012), quien señala que, en cuanto al conocimiento de los empresarios sobre las TIC, el 29% respondió que si sabía qué significaba y el 62% respondió que no tenía idea, que escuchaban mucho hablar sobre las TIC en el sector público, mas no en el sector empresarial. Sin embargo, el conocimiento de las TIC ha ido creciendo, abarcando con los años muchos de los ámbitos de la vida diaria, siendo uno de ellos el sector de las pequeñas y medianas empresas.

Las empresas constructoras que forman parte del estudio cuentan con los siguientes equipos: telefonía fija (25%), computadoras (26%), impresoras (24%), escáner (19%), web cam (5%) y fax (1%). En base a esto, Winkler (2014), expresa que, en los últimos 10 años se fue transformando el uso de las TIC; ahora no constituyen solamente un comodín o soporte, sino su uso forma parte de la estrategia de la organización, como un elemento que le proporciona una ventaja competitiva al ser utilizada en la gestión de sus procesos, contribuyendo a la toma de decisiones.

Las MYPES de la ciudad de Huánuco, cuentan con el servicio de internet, el cual es empleado para: Compras y ventas por este medio (69%), comunicación por medio de e-mail y chats (22,2%), publicidad (18,1%), correo electrónico y búsqueda de servicios o productos (15,3), actividades de investigación y desarrollo (13,9%), operaciones de banca electrónica (5,6%) y transacciones con organismos gubernamentales (2,8%).

A partir del uso de internet para las ventas, estas MYPES presentan un porcentaje de importe total de compras, correspondientes a pedidos y reservas de bienes y servicios de un 80%, percibiendo utilidad en este servicio.

En los últimos años, el comercio electrónico en Perú ha ido creciendo cada vez más. Este proceso puede ser de gran provecho para las micro y pequeñas empresas (MYPES), con el fin de potenciar su formalización en el mercado.

De esta manera, sobre el uso del comercio electrónico, las empresas de Huánuco emplean este servicio más de una vez al día (36,4%) y otras, por lo menos una vez al día (27,3). El resto de las empresas lo usan de forma semanal (9,1%) y en ocasiones por períodos de más de una semana (27,3). Los empresarios consideran que el uso de esta herramienta tecnológica es muy importante (63,6%).

Las ventajas de usar este tipo de comercio en las empresas de Huánuco se ven reflejadas en: presenta disponibilidad las 24 horas del día (25%), ofrece igualdad de oportunidades (25%), genera menos costo (16,7%), es una oferta exclusiva (16,7%), ahorro de tiempo y flexibilidad (8,3%) y no es necesario tener grandes cantidades de stock (8,3%). Cabe resaltar que 15,8% de las empresas no usan este servicio; de las cuales un 36,8% no lo hace porque nunca se lo han ofrecido, un 26,3% no cuentan con el personal calificado para su uso, 21,1% percibe que el costo para su implementación es elevado y 15,8% no sabe de su existencia. Estos empresarios y microempresarios peruanos desconocen por completo el uso potencial de esta herramienta y lo que deriva de ella.

En cuanto al uso de la banca electrónica, las MYPES constructoras de la ciudad de Huánuco la emplean en un 20%, considerando su uso muy importante (54,5%) de los cuales el 45,5% la usan una vez al día; 36,4% más de una vez al día y 18,2 de forma interdiaria. Consideran que las ventajas que ofrecen estos servicios son: rapidez en operaciones (28,6%), ahorro de tiempo (21,4%), no hay necesidad de manejar dinero en efectivo (21,4%), compra y venta en tiempo real (14,3%), costo de gestión bajo (7,1%) y verificación de saldos y estados de cuenta (7,1). Por otro lado, 80% de empresarios no consideran su uso. Argumentan que no la necesitan (39,1%), no sabían de su existencia (26,1%), es difícil de aprender (13%), no cuentan con el personal calificado (13%) y no tiene tiempo por sus actividades en la empresa.

Al respecto, los estudios de Giurfa (2015) indican que los beneficios de tener un negocio en Internet y realizar comercio electrónico o utilizar la banca electrónica, se simplifican en: presencia las 24 horas, los 365 días del

año, mercado mundial, versatilidad en las ventas, fácil de manejar y controlar, en algunos casos se requiere muy poca inversión y otros tantos, dependiendo del tipo de empresa y cual sea su producto o servicio para ofrecer. El comercio electrónico no solo se realiza a través de ordenadores, sino también a través de Smartphones, lo cual facilita tanto al vendedor como al consumidor a seguir relacionados por otros medios electrónicos, permitiéndoles cruzar fronteras sin requerir estar presente físicamente.

Las empresas estudiadas en Huánuco cuentan con una página web (55%), siendo la más utilizada (40,6%) luego del comercio electrónico (37,5%) y correo electrónico (12,5%). Las ventajas que perciben por el uso de este servicio son: disponibilidad de las 24 horas y los 365 días del año (24,40%), captación y fidelización de nuevos clientes (22%), amplía hacia nuevos mercados (22%), bajos costos (19,5%) y tiene un alcance ilimitado (12,2%). El 45% no usan página web por no contar con personal calificado, el elevado costo de implementación (20%), no tiene tiempo por sus actividades en la empresa (25%) y es difícil de aprender (20%). Cáceda (2018), presidente de la Cámara Peruana de Comercio Electrónico del Perú (Capece), reveló que el 23% de los negocios en el mercado peruano son MYPES, pero que solo el 6% de ellos tienen sus tiendas virtuales.

De las empresas que emplean la página web, el 75% lo usa más de una vez al día y el 25% por lo menos una vez al día, dándole una importancia a estas páginas en un 95%. Sobre el uso del correo institucional, el 85% cuenta con uno para mantener diversas comunicaciones vinculadas a los servicios que ofrece, considerándolo como muy importante (63,2%). La frecuencia de uso del correo es: más de una vez al día (63,2%), una vez al día (21,1%) e interdiario (15,8%). El 15% restante que no hace uso del correo institucional señala que su principal razón es que no tiene tiempo por sus actividades en la empresa.

Según la percepción de los empresarios, las ventajas que brinda el uso del correo electrónico son: tienen acceso a un correo personalizado (23,6%), enviar ofertas especiales y promociones por esta vía (21,8%), poder realizar un seguimiento de la lista de clientes (18,2%), análisis y seguimiento de sus actividades comerciales (12,7%), la posibilidad de poder enviar folletos o catálogos por semana (12,7%) y el bajo costo que genera estas actividades (10,9%)

Frente a estos resultados y dada la creciente importancia del Internet y el correo electrónico en el ámbito empresarial, es necesario establecer claramente las condiciones y reglas bajo las cuales toda empresa debe utilizar los medios informáticos. Ante los problemas que pueden

ocasionar un empleo incontrolado del correo electrónico, algunas empresas están comenzando a implantar políticas para el uso de internet y del email en el trabajo (Flynn, 2003). Se trata del establecimiento de una serie de principios que regulan los usos de estas tecnologías.

Respecto del uso, beneficios y existencia de herramientas TIC, los empresarios de Huánuco que no las usan opinan que pueden considerar su uso en un futuro (14,3%), mientras que aquellos que las emplean señalan que las mantendrán (52,4), siendo más vigilantes de los cambios que deben implementar para darles un uso óptimo. La demanda de tecnologías de información por parte de las MYPES es considerable y algunas empiezan a darse cuenta que el uso de las tecnologías de información contribuye al mejoramiento de los procesos tanto internos como externos del negocio, con lo que se espera que esta demanda vaya en aumento.

Por otro lado, la implantación de las TIC en las MYPES en Huánuco encuentra barreras, fundamentalmente porque estas desconocen qué tecnologías les puede venir bien a su negocio, también ocurre que las tecnologías de información actuales no se adaptan a sus necesidades. A pesar de vivir en la sociedad de la información y la comunicación, en esta ciudad son todavía muchas las MYPES que se resisten a dar el cambio e incorporar en sus empresas recursos TIC. Sin embargo, el uso de los avances tecnológicos, ofrecen grandes ventajas a las empresas, en especial a las pequeñas y medianas empresas que son el nuevo centro de interés de las empresas tecnológicas y además ayudan a evitar problemas y conflictos.

Algunas de las ventajas, percibidas de este estudio son que facilitan la toma de decisiones por el rápido acceso a la información, permitiendo conocer la realidad de la empresa, la opinión de sus clientes y las nuevas tendencias del mercado. Mejoran la imagen de la empresa, permitiendo que ésta sea más actual e innovadora. Contribuye a la expansión de la empresa, siendo clave para traspasar sus fronteras y simplifica el proceso de gestión, generando un ahorro considerable de tiempo en la realización de las tareas. Adicionalmente, permite favorecer la satisfacción de sus clientes, llegando a conocer sus hábitos de compra, necesidades y gustos, pudiendo diseñar estrategias y técnicas para mantener su satisfacción. Todas estas ventajas permiten incrementar la economía de las empresas.

CONCLUSIONES

La tecnología por sí sola no beneficia a las micro y pequeñas empresas de Huánuco, es necesario que éstas incorporen progresivamente herramientas tecnológicas a

sus actividades, según las necesidades empresariales. Asimismo, la tecnología aislada, no cambia los procesos de producción o comercialización, si no está respaldada de planes que controlen y definan los objetivos de su uso. Para extraer de las TIC todo su potencial, su implantación y desarrollo, éstas han de contemplarse en el contexto de una estrategia tecnológica sostenible en el tiempo.

El hecho de que algunas MYPES estén aplicando las tecnologías de información y de la Comunicación, no necesariamente significa que están invirtiendo en TIC, o con la rapidez suficiente para poder mantener un nivel admisible de competitividad en el mercado. Se hace necesario implementar una estrategia de desarrollo regional, con una visión y compromiso de políticas, así como una profunda comprensión de los desafíos que se avizoran para los negocios, industria y sociedad como un todo, para que estas empresas asuman los desafíos de las nuevas tecnologías que van creciendo a gran velocidad y no admiten demoras.

El desarrollo de esta investigación ha permitido constatar la importancia de las TIC para fomentar la innovación y transformación de las empresas, permitiendo integrar en los procesos de las MYPES herramientas tecnológicas que les generen ventajas competitivas para apoyar sus procesos de mercado y negocios.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Cáceda, H. (2018). Entre el 6% y 7% de mypes en Perú incursionan en el comercio electrónico. Perú Retail. Diario Digital. <https://www.peru-retail.com/mypes-comercio-electronico/>
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe. (2011). Experiencias exitosas en innovación, inserción internacional e inclusión social. Una mirada desde las Pymes. BID, CEPAL, OEA. <https://www.cepal.org/es/publicaciones/3003-experiencias-exitosas-innovacion-insercion-internacional-inclusion-social-mirada>
- Flynn, N. (2003). E-Policy Handbook: How to develop computer, e-mail, and internet guidelines to protect your company and its assets. Amacon Books.
- Fonseca, D. E. (2013). Desarrollo e implementación de las TICS en las PYMES DE Boyacá - Colombia. Revista FIR, FAEDPYME International Review, 2(4), 49-59.
- Fretel, J. (2018). Créditos de Las Cajas Municipales y Su Incidencia en El Desarrollo Empresarial de Las Mypes Del Sector de Rectificaciones de Motores en El Distrito de Amarilis. (Tesis de Pregrado). Universidad de Huánuco.
- Gálvez Albarracín, E., Riascos Erazo, S., & Contreras Palacios F. (2014). Influencia de las tecnologías de la información y comunicación en el rendimiento de las micro, pequeñas y medianas empresas colombianas. Estudios Gerenciales, 30, 355-364.
- Gálvez, E. J. (2014). Tecnologías de Información y Comunicación, e innovación en las MIPYMES de Colombia. Cuadernos de administración, 30(51), 71-79.
- Giurfa, G. (2015). Las Mypes y el Comercio Electrónico en el Perú. La Universidad del Perú. <https://www.uni-versidadperu.com/articulo-las-mypes-y-el-comercio-electronico-en-el-peru-universidad-peru.php>
- Gómez, M. (2006). Introducción a la metodología de la investigación científica. Brujas.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, L. (2014). Metodología de la investigación. McGraw-Hill Interamericana Editores S.A. de C.V.
- López Rodríguez, A. L., & López Rodríguez, S. A. (2018). Impacto de las TIC en el turismo: Caso colombiano. Cuadernos de Turismo, (41), 399-418.
- Monasterios, A., Martínez, I., & Herrera, N. (2012). El papel de las TIC en las empresas. <http://todosobre-equipo4-expo.blogspot.com.co/p/apertura-de-los-paises-las-tic.html>
- Perú. Congreso de la República. (2003). Ley de promoción y formalización de la Micro y Pequeña Empresa. Ley N°28015. <http://www.sunat.gob.pe/orientacion/mypes/normas/ley-28015.pdf>
- Perú. Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2013). Micro, Pequeñas y Medianas empresas concentran más del 20% de las ventas. INEI. <https://www.inei.gob.pe/prensa/noticias/micro-pequenas-y-medianas-empresas-concentran-mas/>
- Platero Jaime, M., Benito Hernández, S., & Rodríguez Duarte, A., (2015). El efecto moderador de la formación en la adopción de las TICs en las microempresas. Cuadernos de Gestión, 17(2), 87-108.
- Saavedra, M., & Tapia, B. (2013). El uso de las tecnologías de información y comunicación TIC en las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPyME) industriales mexicanas. Enl@ce Revista Venezolana de Información, Tecnología y Conocimiento, 10 (1), 85-104.
- Simsek, Ö., Altun, E., & Ates, A. (2010). Developing ICT skills of visually impaired learners. Procedia - Social and Behavioral Sciences, 2, 4655-4661.
- Tamayo, M. (2003). El proceso de la investigación científica. Editorial Limusa SA. de CV.

Winkler, T. (2014). Information Management and IT Strategy. Material de lectura correspondiente a la Escuela de Verano Internacional en Economía y Gestión. UH.