


CARACTERIZACIÓN DE LAS TICS EN LAS EMPRESAS PERUANAS


CHARACTERIZATION OF TICS IN PERUVIAN COMPANIES

Recepción: 2019-05-22 - Aceptación: 2019-06-29

Lucio Leo Verástegui Huanca^{1; a}

 ORCID iD 0000-0001-8356-8002

Cindy Jacqueline Rojas Alvarado^{2; b}

 ORCID iD 0000-0002-1603-1341

¹ Universidad Complutense de Madrid.

² Universidad de Piura.

^a Magister en Ecología y Gestión Ambiental.

^b Magister en Ecología y Gestión Ambiental.

RESUMEN

En este trabajo se caracterizan las Tecnologías de Información y Comunicación (TICs) en las empresas peruanas según la Encuesta de Empresa 2015, elaborada por el Instituto Nacional de Estadística (INEI). Se han tomado para este propósito variables relacionadas a las empresas y a las TICs para describir su uso en la gestión empresarial de las empresas del Perú. Se ha empleado el paquete estadístico STATA para sistematizar y analizar los datos, dando como resultado interesantes miradas y puntos de vista. Esta investigación servirá de base para otras investigaciones de corte correlacional y causal.

Palabras clave: Competitividad; Tecnología; Información; Empresas.

ABSTRACT

This work describes Information and Communication Technologies (ICT) in Peruvian companies according to the 2015 Enterprise Survey made by the National Statistical Institute (INEI). It has been chosen variables related to companies and ICTs to describe their use in the business management of companies in Peru. STATA software has been used to systematize and analyze the data with revealing results. This research will serve as the basis for other correlational and causal research.

Key words: Competitiveness; Technology; Information; Companies.

INTRODUCCIÓN

Las empresas son agentes que producen riqueza y crecimiento económico para la sociedad en donde se desarrollan. Adam Smith – el padre de la economía moderna – en principio publicó en la *Riqueza de las Naciones*, las ventajas para las organizaciones y las sociedades de la división del trabajo, y de la descomposición de los trabajos en tareas especializadas y rutinarias, concluyendo que la división del trabajo incrementa la productividad debido a que perfecciona el performance de los trabajadores, se ahorra tiempo perdido al cambiar de una tarea a otra y con la generación de nuevas técnicas y maquinarias se ahorra mano de obra (Robbins y Coulter, 2005). Han pasado más de 200 años y se siguen mejorando las técnicas y maneras con las que operan las empresas para lograr mayor competitividad y vigencia en el mercado.

La constante búsqueda de competitividad ha llamado a generar mayores innovaciones dentro del mundo empresarial. Varios autores como Schumpeter (1939), Solow (1956) y Freeman (1987), reconocen la innovación como un factor importante para el crecimiento económico. En ese sentido, Porter (1990) y Nelson (1993) señalan que la obtención de nuevas y avanzadas tecnologías son determinantes para la competitividad de un país o región Heijts, Baumert, Buesa y Gutierrez (2016). Las empresas también obtienen tecnologías cada vez más avanzadas para lograr posiciones competitivas dentro del mercado en donde se desempeñan. Así, las tecnologías de la información constituyen una estrategia angular en el logro de esa postura empresarial dentro de un mundo cada vez más globalizado. La globalización se concibe como un proceso de simultaneidad mundial de flujos y nuevas formas de poder en donde la información, los capitales, las mercancías, e individuos atraviesan mediante la informática fronteras sin ningún límite, lo cual produce una nueva identidad nómada y fragmentada, desvinculada de las tradiciones nacionales.

A pesar de ello, existen también unos riesgos para las economías inmersas en el proceso de globalización.

La transnacionalización de la economía ha generado que la aparición de empresas en el ámbito mundial que controlan la producción sea un peligro latente. Este peligro radica en el poder que tienen estas empresas en la economía mundial, lo que ha permitido que el capital transnacional sea capaz de generar acuerdos multilaterales en el marco de la OMC (Organización Mundial del Comercio), que permiten a las empresas transnacionales no solo ingresar o retirar sus capitales de las economías, sino que ha asistido a la creación de un tribunal para sancionar a los gobiernos que según las transnacionales no cumplan con los tratados (Burgos, Coasaca y Valcárcel, 2003, p.21).

En ese sentido, la globalización y los infatigables avances tecnológicos, han hecho que la integración sea

más rápida y esté presente en cada momento de nuestra vida. Es así que las tecnologías de la información (TICs) están facilitando nuestras vidas y se encuentran presentes en cada actividad humana, por ejemplo: en la educación, en la comunicación, en el ocio, en el mundo empresarial, la cultura, entre otros.

No obstante, según el informe *Talent Mobility 2020, The next renegeation of international assignment*, la importancia de las tecnologías de la información es determinante en el cambio cultural, económico y político de las sociedades tanto así que quienes no sepan subirse a la ola tecnológica, no podrán sobrevivir (Oliveros y Martínez, 2017, p.17).

La adaptación a la globalización es un reto para el mundo empresarial, puesto que si las pequeñas empresas no se adaptan a esta tendencia no podrán mantenerse en el tiempo. Pero sí, por el contrario, lo logran, entonces serán capaces de crecer vertiginosamente en un periodo de tiempo más corto poniendo de manifiesto así el siguiente adagio: no son las empresas más grandes las que aplastan a las más pequeñas, sino que las más rápidas superan a las más lentas. Quiere decir sin más ni menos que aquellas empresas, sin importar el tamaño, que logren adaptarse a la globalización e incorporen las TICs de manera estratégica, serán capaces de competir hasta con las empresas grandes y antiguas, quitándoles significativas cuotas de su *market share* y desestabilizando su posicionamiento en el mercado.

Incorporar las TICs en las empresas permite un rápido y fácil acceso a recursos encaminados a mejorar la gestión, la productividad y la competitividad de los negocios. Ello implica que contar con TICs genera cambios acelerados en el quehacer de los negocios.

Esto ha forzado al cambio de la vida cotidiana de las empresas, desde su organización interna, su estrategia de negocio, hasta la estructura de su industria. El ejemplo claro del porqué funciona esos modelos está representado en el país de México. En este país existían 70 millones de internautas al final de 2016 - casi el 63% de su población-, de los cuales el 52% está conectado las 24 horas al día, aunque la conexión promedio es de 8 horas con 1 minutos (Décaro, Soriano y Ocaña, 2017, p.172).

Lo dicho pone de manifiesto un cambio de hábitos de consumo por parte de la demanda, impulsado por los millenials y la población joven. “Estas tecnologías representan una inversión económica en su desarrollo e implementación, y su uso y explotación puede estar presente a lo largo de toda la cadena de valor de la empresa, incluyendo los pagos y el servicio post venta” (Leyva, Morales y Heredia, 2015, p.5).

En el Perú, al 30 de junio de 2019, el número de empresas activas registradas en el Directorio Central de Empresas y Establecimientos ascendió a 2 millones

662 mil 940 unidades, un 11,9% más en comparación al mismo periodo el año anterior. Este dato es relevante porque se pone de manifiesto un incremento de 72 mil 365 empresas en este último periodo (INEI, 2019). En 2017 el sector empresarial estaba compuesto por microempresas (96,2%), la pequeña empresa (3,2%), la mediana empresa (0,1%); de estas el 87,6% se dedicó al comercio y servicios; mientras que el resto (12,4%) a actividades de producción agropecuaria, de manufactura, construcción, minería y pesca (Ministerio de la Producción, 2019).

El sector empresarial peruano es importante porque en términos de PEA absorbe el 60% de la mano de obra cada vez con mayor rapidez. Asimismo, el gobierno también está uniendo esfuerzos para impulsar la adherencia de las empresas peruanas a las TICs; de este modo, el Consejo Nacional de Competitividad y Formalización ha propuesto como principal eje de su plan de ciencia, tecnología e innovación a la generación, transferencia y financiamiento de la investigación y desarrollo, llegando a considerarse como uno motor importante de generación de empleo (Perú Compite, 2019).

Tabla 1
Caracterización de variables

Variables	Pregunta	Variables	Pregunta
1. Identificador de la empresa	¿Cuál es el RUC de la empresa?	11. Uso de tarjeta de crédito/débito por página web	En 2014, ¿utilizó para sus compras/ventas por internet tarjeta de crédito/débito por medio de una web?
2. Lugar de procedencia	Código de departamento	12. Uso de transferencia en línea	En 2014, ¿utilizó para sus compras/ventas por internet un sistema de transferencia de pagos en línea?
3. Zona de operación	¿Cuál es la zona donde opera?	13. Uso de monedero o billetera electrónica	En 2014, ¿utilizó para sus compras/ventas por internet monedero o billetera electrónica (Paypal)?
4. Sector productivo	¿Cuál es la clasificación industrial internacional uniforme?	14. Tecnología preponderante	En 2014, ¿cuál fue la tecnología preponderante en el proceso productivo?
5. Categoría Empresarial MYPE	¿La empresa es MYPE?	15. Ventas por internet	En 2014, ¿ha realizado compras por internet?
6. Dirección	Sexo del gerente	16. Problemas de ventas por internet	En 2014, ¿ha tenido problemas en operaciones de ventas por internet?
7. Educación gerencial	¿Cuál es el nivel de estudios del Gerente?	17. Uso de computadora, portátil, escáner, smart-phone, impresora	¿Dispone de computadora, portátil, escáner, impresora, smartphone?
8. Ventas anuales	¿Cuál es el rango de ventas para el año 2014?	18. Uso de POS	En 2014, ¿usó POS para realizar ventas?
9. Compras por Internet	En 2014, ¿ha realizado compras por internet?	19. Software de ventas	¿Su empresa cuenta con software de ventas?
10. Frecuencia de compras por internet	En 2014, ¿con qué frecuencia realiza compras por internet?	20. Soporte informático	¿Su empresa cuenta con soporte informático?

Fuente: Elaborado para mejor comprensión a partir de la Encuesta Empresarial 2015.

El objetivo de este estudio es caracterizar la incorporación de las TICs en la gestión empresarial de las empresas peruanas según la última Encuesta Nacional de Empresa 2015 (INEI, 2019).

El artículo está conformado por cuatro secciones. En la primera parte se introduce el tema de las TICs como estrategia fundamental de mejoramiento de la gestión empresarial, incremento de la productividad y competitividad en los negocios. La segunda parte contiene los materiales y métodos empleados para el desarrollo de este estudio, tanto para el procesamiento como para análisis de datos. En la tercera parte se enmarcan los resultados obtenidos para finalmente, en el último apartado, enunciar la discusión del estudio.

MATERIALES Y MÉTODOS

Para caracterizar las TICs en la gestión empresarial de las empresas peruanas se ha realizado un trabajo de tipo descriptivo. Se ha hecho uso de la última Encuesta Nacional de Empresas 2015. Esta encuesta refleja información de las empresas que desarrollan actividades económicas en los 24 departamentos y en la provincia constitucional del Callao. El universo de la encuesta está conformado por todas las empresas formales lo-

calizadas en el territorio nacional y que en año 2014 tuvieron ventas iguales o mayores a 20 unidades impositivas tributarias – que equivalen a 76 mil soles – siendo la UIT (unidad impositiva tributaria) para el año 2014 de 3 800 soles. Este marco contiene a las grandes, medianas y parte de las micro empresas relacionadas a las actividades de minería, manufactura, construcción, comercio y servicios. La muestra de la encuesta aglutina 19 mil 204 empresas, de las cuales el 74,1% respondieron la encuesta completamente.

Resulta importante mencionar que el muestreo de la encuesta ha sido estratificado por CIUU (Clasificación Industrial Internacional Uniforme). De este modo, viene asegurada la representatividad de la encuesta y del presente estudio a nivel de sectores.

Para el procesamiento de datos se ha empleado el paquete estadístico Stata 15. En este programa se ha tratado la información debidamente, y los datos de aquellas empresas que no fue posible encuestar se han excluido. El número de empresas excluidas del estudio asciende a 4 840 empresas.

Las variables utilizadas (véase Tabla 1) de la encuesta para el estudio están estrechamente relacionadas al

Tabla 2

Sectores productivos de las empresas peruanas por zona, en porcentaje (%)

N°	SECTOR PRODUCTIVO	NORTE	CENTRO	SUR	Total
1	Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	59,5	33,6	6,9	100
2	Actividades artísticas, de entretenimiento y recreativas	16,2	69,8	14,0	100
3	Actividades de alojamiento y de servicio de comidas	36,8	33,4	29,8	100
4	Actividades de atención de la salud humana y de asistencia social	47,1	34,3	18,6	100
5	Actividades de organizaciones	16,1	77,4	6,5	100
6	Actividades de servicios administrativos y de apoyo	20,8	42,6	36,6	100
7	Actividades financieras y de seguros	24,3	54,3	21,4	100
8	Actividades inmobiliarias	6,9	56,4	36,7	100
9	Actividades profesionales, científicas y técnicas	29,7	48,9	21,4	100
10	Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas	20,0	54,4	25,6	100
11	Construcción	19,9	65,0	15,1	100
12	Enseñanza	32,5	55,3	12,2	100
13	Explotación de minas y canteras	18,3	61,5	20,2	100
14	Industrias Manufactureras	21,2	57,3	21,5	100
15	Información y comunicaciones	20,9	51,2	27,9	100
16	Otras actividades de servicios	41,7	32,2	26,1	100
17	Suministro de agua; evacuación de aguas residuales, gestión de desechos y descontaminación	31,1	52,6	16,3	100
18	Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado	22,5	59,5	18,0	100
19	Transporte y almacenamiento	21,8	58,3	19,9	100

Fuente: Elaborado a partir del software Stata.

uso de las TICs y a la modalidad de gestión empresarial y van desde el RUC (identificador de la empresa), rango de ventas (hasta 570 mil nuevos soles, entre 570 mil y 6 millones 460 mil nuevo soles, y mayor a 6 millones 460 mil nuevos soles), variable MYPE que identifica si la empresa a MYPE o no, ubicación geográfica (se generó la variable zona que tiene valores norte, centro y sur), formas de pago más empleadas de pedidos nacionales, realización de compras por internet, hasta medios de pago usados para las compras por internet.

Se ha creado la variable zona a fin de concentrar los datos de ubicación, considerándose dentro de la zona norte a los departamentos de Tumbes, Piura, Lambayeque, la Libertad, Cajamarca, San Martín, Amazonas y Loreto. La zona centro la conforman Ancash, Huaraz, Callao, Huánuco, Huancavelica, Ica, Pasco, Junín y Ucayali; mientras que la zona sur está conformada por Ayacucho, Apurímac, Arequipa, Moquegua, Tacna, Cusco, Puno y Madre de Dios.

Se han empleado 20 variables de las un mil 117 disponibles en la encuesta total. Estas variables han sido seleccionadas cuidadosamente de acuerdo al criterio de los investigadores y persiguiendo el objetivo del estudio.

RESULTADOS

La encuesta representa en total 19 sectores productivos. Se ha aglutinado por zonas el porcentaje de las empresas que los conforman (véase Tabla 2). Así, en el norte del país se desarrolla como actividad principal la agricultura (59,5%), actividades de salud (47,4%), de alojamiento (36,8%) y de enseñanza (32,5%). En el centro del país los sectores de organizaciones (77,4%) prepondera, seguido de las actividades de entretenimiento (69,8%), de construcción (65,1%) y de explotación de minas (61,5%) entre otras. En el sur, entre los más importantes sectores se encuentran el inmobiliario (36,6%), de actividades de servicio y apoyo (36,5%), y el de actividades de alojamientos (29,8%).

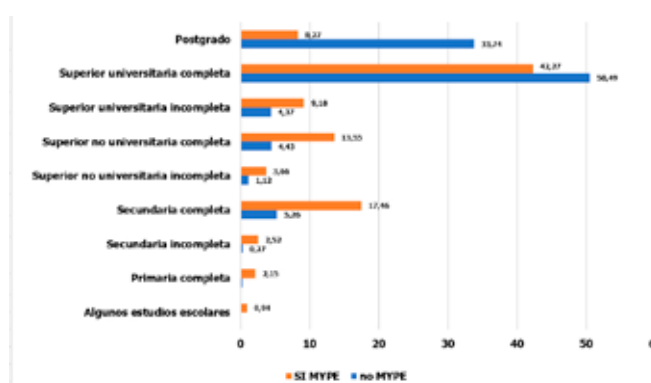


Figura 1. Educación del gerente en MYPEs y no MYPEs, en porcentajes (%).

Fuente: Elaboración propia.

En las empresas peruanas el 77% de los gerentes son varones mientras que 23% son mujeres. Ahora bien, la formación de los gerentes de las empresas encuestadas es determinante para el éxito de la misma en el mercado porque esto implica el vuelco de conocimientos aprendidos en los centros de formación en la gestión que realizan.

La gestión de las empresas peruanas en su mayoría está a cargo de personas que tienen educación superior universitaria completa, el 50,5 % de las empresas que no son MYPE's tienen gerentes con educación superior universitaria completa, mientras que solo el 42,3 % de las MYPE's tienen gerentes con este nivel educativo. El 33,7 % de las empresas que no están catalogadas como MYPE's tienen en su cargo gerencial a personas que cuentan con un postgrado, ya sea maestría o doctorado, y en el 17 % de las MYPE's sus gerentes alcanzaron culminar la secundaria. Es llamativo observar que, al cruzar estos valores con la facturación que realizan las empresas correspondientes, el 50,5% de las empresas que facturan más a 6 millones 460 mil soles, 50,8% de las que facturan entre 570 mil hasta 6 millones 460 mil, y el 39,2% hasta 570 mil, cuenta con un gerente con estudios superiores completos.

Entrando a la caracterización de TICs que nos compete, aproximadamente el 32% de las empresas que respondieron la encuesta posee software de ventas, y solo el 19% posee soporte informático. Ello indica aún una baja introducción de la automatización de los procesos de las empresas peruanas en general. Asimismo, de las empresas productoras de la muestra, solo el 10% utiliza equipos de control numérico computarizados y más del 50% usan herramientas manuales o mecánicas en el año 2014 como tecnología predominante en sus procesos productivos. La conclusión preliminar es clara: existen muchas empresas rezagadas en lo concerniente a inclusión de TICs en sus procesos productivos.

A continuación, se muestra la información acerca de las variables básicas de tenencia y uso de las TICs en las empresas peruanas basado en la Encuesta de Empresa 2015.

Como se puede apreciar en la Tabla 3, todas las empresas peruanas han adoptado las TICs en mayor o menor medida como estrategia para la competitividad. Resulta destacable que el 97,5% del sector educación dispone de una computadora, que el 78% del sector construcción tiene al menos un portátil, que el 78,5% de empresas del sector financiero dispone de un escáner, que el 74,8% de empresas del sector educación dispone de una impresora y que el 66% de las empresas del sector financiero y seguro dispone mínimamente de un smartphone. Por otro lado, los sectores que menos han incorporado una computadora y un portátil en su empresa son los sectores de comida y alojamiento.

Tabla 3
Empleo de TICs por sectores productivos, en porcentaje (%)

Sector	¿Dispone de?				
	Computadora	¿Computadora portátil (laptop, notebook o Tablet)?	Escáner	Impresora	Smartphone
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	82,3	50,0	63,1	43,9	59,2
Actividades artísticas, de entretenimiento y recreativas	86,0	56,9	59,8	53,3	59,5
Actividades de alojamiento y de servicio de comidas	65,6	42,6	36,9	42,0	42,2
Actividades de atención de la salud humana y de asistencia social	95,5	65,1	74,0	67,8	53,1
Actividades de organizaciones y órganos extraterritoriales	85,7	67,0	58,2	45,1	74,7
Actividades de servicios administrativos y de apoyo	88,7	70,2	66,4	58,8	60,4
Actividades financieras y de seguros	95,8	77,0	78,5	65,8	66,0
Actividades inmobiliarias	77,6	52,7	49,8	51,2	47,3
Actividades profesionales, científicas y técnicas	92,0	76,4	71,7	65,8	61,8
Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas	78,6	56,9	58,2	57,6	55,4
Construcción	88,7	78,1	72,5	66,7	62,5
Enseñanza	97,5	71,8	75,5	74,8	44,4
Explotación de minas y canteras	79,9	67,5	63,2	55,3	55,8
Industrias Manufactureras	81,2	54,3	57,7	58,1	55,7
Información y comunicaciones	93,0	72,0	72,5	65,9	63,6
Otras actividades de servicios	88,3	64,5	69,5	67,0	45,7
Suministro de agua; evacuación de aguas residuales, gestión de desechos y descontaminación	83,1	53,1	58,5	63,8	45,9
Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado	83,8	65,8	67,6	57,7	61,3
Transporte y almacenamiento	84,5	60,0	61,4	62,2	58,9

Fuente: Elaborado a partir del software Stata.

Con respecto al uso de internet, resulta llamativo lo siguiente: solo el 7% de empresas de la muestra tomada en cuenta lo usa para sus compras, mientras que el 17% lo utiliza para ventas. La mayoría de las empresas hace uso del internet para sus compras de manera semestral (29% de las empresas) y casi el 80% de estas nunca o casi nunca ha presentado problemas para realizar sus ventas por internet.

Del total de empresas, el 62% realiza sus pagos de compras por internet a través de transferencias en línea; el 35%, mediante el uso de las tarjetas de crédito; el 2,5%, por monedero electrónico y el 17% mediante

POS. Por otro lado, del total de empresas, el 67,5% recibe sus pagos mediante transferencias en línea; el 27,3% mediante POS; el 25,5% mediante el uso de tarjetas de crédito/débito (25,5%) y, finalmente, el 5,4% a través del uso del monedero electrónico.

DISCUSIÓN

Tal como decía Smith, para lograr la competitividad y la productividad hay que dividir el trabajo, pero han pasado más de 200 años y han surgido nuevas estrategias para mantenerse con vigencia en el mercado y crecer rápidamente. Una de las estrategias es la incorpora-

Tabla 4.
 Empleo de TICs en compras y ventas, respuesta múltiple en porcentaje (%)

Modalidad	Compras por Internet	Ventas por Internet
Transferencia en línea	62,0	67,5
Tarjeta de crédito o débito	35,0	25,5
Monedero electrónico (E-wallet o Paypal)	2,5	5,4
POS	14,0	27,3

Fuente: Elaborado a partir del software Stata..

ción de las TICs en las empresas, que han permitido una mejora de la competitividad y productividad. A partir de la caracterización realizada se ha puesto de manifiesto que las empresas peruanas toman como importante la adquisición de las TICs para sus actividades diarias. Esto es alentador ya que significa que las empresas están realizando esfuerzos para invertir en tecnologías que traerán en el corto y largo plazo mejores resultados económicos, logrando así ser competitivas y mantenerse en el mercado.

Sin embargo, existen sectores, sobre todo los productivos, que aún dependen de procesos no informatizados para sus operaciones, lo que sugiere que ha de existir un mayor impulso del gobierno en cuanto a política industrial.

Con respecto a la gestión de la empresa peruana, el 77% de los gerentes son varones mientras que el 23% son mujeres, siendo esta una brecha que se está reduciendo poco a poco en el corto plazo. Los datos sacan a la luz que las empresas cuyos gerentes tienen mayor formación – universitaria completa y posgrado – son aquellas empresas que facturan más en el mercado peruano, reflejando las exigencias de las grandes empresas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BBVA. (30 de marzo de 2016). *Reinventar la empresa en la era digital*. Obtenido de file:///C:/Users/Administraci%C3%B3n/Desktop/cuerpo-acad%C3%A9mico/investigaci%C3%B3n/CANVAS/articulos/bbva.pdf.

Burgos, Y., Coasaca, J. & Valcárcel, V. (2003). La globalización: Análisis e Impacto en el Perú. *Producción y Gestión*, 6 (2), 20 - 26.

Décaro, L., Soriano, M. & Ocaña, R. (2017). Los modelos de negocios y las tecnologías de la información y comunicación. *Tlatemoani*, 26, 170 - 188.

Freeman, C. (1987). *Technology and Economic Performance - Lessons from Japan*. London: Printers Publishers.

Heijs, J., Baumert, T., Buesa, M. & Gutierrez, C. (2016). *Innovación y Crecimiento Económico*. Madrid: IAIF.

INEI. (15 de septiembre de 2019). Microdatos - Base de datos. Obtenido de <http://inei.inei.gob.pe/microdatos/>.

INEI. (2019). *Demografía Empresarial en el Perú*. Lima: INEI.

Leyva, B., Morales, M. & Heredia, J. (2015). Las redes sociales como una alternativa para mejorar la productividad y competitividad de la empresa. *Invurnus*, 1, 3 - 11.

Ministerio de la Producción. (08 de mayo de 2019). *Menú de estudios económicos. Estadística MIPYME*. Obtenido de <http://ogeiee.produce.gob.pe/index.php/shortcode/estadistica-oe/estadisticas-mipyme>.

Nelson, R. (1993). *National Innovation Systems - A comparative Analysis*. Londres: Oxford University Press.

Oliveros, D. & Martínez, G. (2017). Efecto de las TIC sobre la gestión de la empresa. *Revista EAN*, 83, 15 - 30.

Perú Compite. (2019). Informe de Competitividad. Lima: Perúcompite. Obtenido de <https://www.ipae.pe/wp-content/uploads/2018/12/Informe-CPC.pdf>.

Porter, M. (1990). *The Competitive Advantage of Nations*. Cambridge: Harvard Business Review.

Robbins, S. & Coulter, M. (2005). *Administración*. Naucalpan de Juárez: Pearson Education.

Solow, R. (1956). A Contribution To The Theory Of Economic Growth. *Quarterly Journal of Economics*, 70(1), 65-94.

Schumpeter, J. (1939). *Business Cycles- A Theoretical, Historical, And Statistical Analysis Of The Capitalist Process*. New York: McGraw- Hill.