

02

CAPITULO

**IMPACTO DE LAS
PLATAFORMAS DIGITALES EN EL
DESARROLLO Y SOSTENIBILIDAD
DE LAS PEQUEÑAS EMPRESAS
DEL CANTÓN LA CONCORDIA:
UNA REVISIÓN CRÍTICA**

Impacto de las plataformas digitales en el desarrollo y sostenibilidad de las pequeñas empresas del cantón La Concordia: Una revisión crítica

Impact of digital platforms on the development and sustainability of small businesses in the canton of La Concordia: A critical review.

 Herrera-Sánchez, Maybelline Jaqueline ¹
 <https://orcid.org/0000-0001-6840-3891>
 maybelline.herrera.sanchez@utelvt.edu.ec
 Ecuador, La Concordia, Universidad Técnica Luis Vargas Torres de Esmeraldas

 Marquez-Ojeda, Emilly Janelyz ²
 <https://orcid.org/0009-0009-6300-0546>
 emilly.marquez.ojeda@utelvt.edu.ec
 Ecuador, La Concordia, Universidad Técnica Luis Vargas Torres de Esmeraldas.

 Naranjo-Mero, Jetly Jahir ³
 <https://orcid.org/0009-0004-5005-6755>
 jetly.naranjo.mero@utelvt.edu.ec
 Ecuador, La Concordia, Universidad Técnica Luis Vargas Torres de Esmeraldas.



DOI / URL: <https://doi.org/10.55813/egaea.cl.60>

Resumen: El presente estudio explora el impacto de las plataformas digitales en el desarrollo y sostenibilidad de las pequeñas empresas del cantón La Concordia, Ecuador. La investigación se basa en una revisión bibliográfica que abarca estudios recientes sobre la digitalización de pequeñas y medianas empresas (pymes), centrándose en cómo estas tecnologías impulsan el crecimiento económico, mejoran la competitividad y promueven la inclusión financiera en áreas rurales. El análisis revela que, aunque la adopción de plataformas digitales ha permitido a las empresas superar barreras geográficas y mejorar su acceso al mercado, existen desafíos significativos relacionados con la falta de infraestructura tecnológica y la educación digital de los emprendedores locales. La pandemia de COVID-19 ha acelerado el proceso de transformación digital, destacando la necesidad de recursos avanzados y formación continua en competencias tecnológicas para maximizar los beneficios de la digitalización. Este estudio concluye que, si bien las plataformas digitales son una herramienta clave para la sostenibilidad y competitividad de las pymes, es esencial implementar políticas de apoyo que aborden las desigualdades tecnológicas y promuevan la capacitación digital para garantizar un impacto duradero en el desarrollo regional.

Palabras clave: Plataformas Digitales, Pymes, Transformación digital, Sostenibilidad, La Concordia.

Abstract:

This study explores the impact of digital platforms on the development and sustainability of small enterprises in the canton of La Concordia, Ecuador. The research is based on a literature review covering recent studies on the digitization of small and medium enterprises (SMEs), focusing on how these technologies drive economic growth, improve competitiveness and promote financial inclusion in rural areas. The analysis reveals that while the adoption of digital platforms has enabled businesses to overcome geographic barriers and improve their market access, there are significant challenges related to the lack of technological infrastructure and digital education of local entrepreneurs. The COVID-19 pandemic has accelerated the digital transformation process, highlighting the need for advanced resources and continuous training in technological skills to maximize the benefits of digitization. This study concludes that while digital platforms are a key tool for the sustainability and competitiveness of SMEs, it is essential to implement support policies that address technological inequalities and promote digital empowerment to ensure a lasting impact on regional development.

Keywords: Digital Platforms, SMEs, Digital Transformation, Sustainability, La Concordia.

2.1. Introducción

En los últimos años, el uso de plataformas digitales ha emergido como un factor clave en el desarrollo y sostenibilidad de las pequeñas empresas, especialmente en zonas rurales como el cantón La Concordia. Históricamente, los emprendedores locales no se habían beneficiado significativamente de estas herramientas debido a limitaciones en infraestructura tecnológica y falta de educación digital. Sin embargo, la irrupción de la pandemia de COVID-19 en 2020 forzó a muchas pequeñas empresas a cambiar sus modelos de negocio tradicionales y adoptar soluciones digitales como el comercio electrónico y la presencia en redes sociales para sobrevivir en un entorno económico cada vez más competitivo y restringido (Parente, 2020; Beckmann et al., 2021). Este proceso acelerado de digitalización ha permitido a los emprendedores locales acceder a nuevos mercados y clientes, superando las limitaciones geográficas que previamente restringían su alcance.

Diversos estudios han mostrado cómo la digitalización ha impulsado un crecimiento significativo en zonas rurales, al conectar a pequeños empresarios con clientes nacionales e internacionales, y facilitando la creación de empleos en sectores relacionados con el comercio electrónico, logística y marketing digital (Yu, 2020; Cvar et al., 2022). Estas plataformas no solo han mejorado el acceso a los mercados, sino que también han fomentado la inclusión financiera, al

permitir el uso de métodos de pago digitales y la reducción de intermediarios en las transacciones comerciales (D’Aniello et al., 2016; Kumar & Shekhar, 2020). En este sentido, las plataformas digitales actúan como un catalizador para la transformación económica, contribuyendo a la creación de redes empresariales locales y al fortalecimiento del ecosistema emprendedor en regiones rurales.

A pesar de estos avances, los desafíos persisten. Las pequeñas empresas en La Concordia enfrentan barreras importantes para la adopción completa de plataformas digitales. Entre estos obstáculos se encuentran la falta de infraestructura tecnológica adecuada, el limitado acceso a la educación digital y la resistencia al cambio por parte de algunos sectores empresariales (Preciado-Ortiz, 2021). Además, la competencia desleal y la informalidad en el mercado limitan la capacidad de los emprendedores locales para aprovechar plenamente las oportunidades que brindan las plataformas digitales (Rodríguez, 2021). Andrade Quinteros (2020) señala que, si bien estas herramientas han abierto nuevas oportunidades para pequeñas empresas, también han puesto de manifiesto las desigualdades estructurales, favoreciendo a quienes ya tienen acceso a recursos tecnológicos y digitales.

Asimismo, estudios han demostrado que, para que las plataformas digitales sean realmente efectivas en contextos rurales, es fundamental promover la educación y capacitación digital entre los emprendedores. González (2019) resalta la necesidad de destinar recursos significativos a programas de educación digital que preparen a los empresarios para utilizar de manera eficiente estas herramientas tecnológicas. Sin una base sólida de habilidades digitales, las pequeñas empresas corren el riesgo de no poder competir eficazmente en un entorno comercial cada vez más digitalizado (Cafiero et al., 2020; Berjan et al., 2020).

En términos de desarrollo regional, el impacto de la digitalización va más allá de los beneficios económicos directos. La adopción de plataformas digitales ha tenido efectos sociales y culturales positivos en comunidades rurales, ayudando a cerrar la brecha digital y fomentando una mayor integración social y económica. Las plataformas de comercio electrónico, por ejemplo, han facilitado la participación de las mujeres en el mercado laboral, brindando oportunidades de emprendimiento y mejorando su autonomía económica (García, 2015). Además, han fomentado el desarrollo de redes de colaboración entre empresarios rurales, lo que ha permitido mejorar la eficiencia de las cadenas de suministro y aumentar la competitividad regional (Polese et al., 2018).

En conclusión, las plataformas digitales representan una oportunidad transformadora para las pequeñas empresas en La Concordia, al ofrecer acceso a mercados más amplios, mejorar la inclusión financiera y facilitar la creación de empleo. Sin embargo, para que estas herramientas tengan un impacto duradero y positivo, es necesario superar barreras como la falta de infraestructura

tecnológica y la insuficiente educación digital. Esta investigación busca explorar en profundidad el impacto de las plataformas digitales en las pequeñas empresas del cantón La Concordia y proponer soluciones para superar los desafíos existentes, contribuyendo al fortalecimiento del ecosistema emprendedor local y a la sostenibilidad económica de la región.

2.2. Materiales y métodos

Este artículo se fundamenta en una revisión bibliográfica de tipo descriptivo, enfocada en analizar el impacto de las plataformas digitales en las pequeñas empresas del cantón La Concordia. La revisión de literatura se centró en identificar estudios relevantes publicados entre 2010 y 2023, relacionados con el uso de tecnologías digitales en el ámbito rural, el comercio electrónico, y la adopción de plataformas tecnológicas por pequeñas y medianas empresas (pymes).

Se consultaron diversas bases de datos académicas de alto impacto como Scopus, Web of Science (WoS) y Google Scholar, seleccionando artículos revisados por pares y publicaciones en revistas científicas especializadas en economía digital, desarrollo rural y emprendimiento. Las palabras clave utilizadas incluyeron: "plataformas digitales", "emprendimiento rural", "pymes", "comercio electrónico", y "tecnología y pequeñas empresas". Se priorizó la revisión de estudios empíricos y teóricos que ofrecieran datos cuantitativos y cualitativos sobre el impacto de estas tecnologías en las regiones rurales.

Los estudios incluidos en la revisión debían cumplir con los siguientes criterios:

- Relevancia temática: Artículos que abordaran específicamente el impacto de las plataformas digitales en pequeñas empresas y su uso en áreas rurales o contextos similares a La Concordia.
- Fecha de publicación: Solo se consideraron estudios publicados en los últimos 13 años, dado el rápido avance de las tecnologías digitales en este periodo.
- Calidad y rigurosidad científica: Se seleccionaron únicamente estudios revisados por pares y que presentaran metodologías claras y transparentes.
- Se excluyeron aquellos artículos que no ofrecieran una metodología explícita o cuyos resultados fueran irrelevantes para el contexto específico del estudio.

El proceso de selección de artículos siguió el flujo recomendado por el modelo PRISMA (Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses), que consiste en una serie de etapas: identificación, selección,

evaluación de elegibilidad e inclusión final de estudios. En la fase inicial, se identificaron más de 150 publicaciones. Tras una revisión preliminar de los resúmenes y la pertinencia de los títulos, se redujo el conjunto a 60 estudios relevantes. Finalmente, tras aplicar los criterios de inclusión y exclusión, se analizaron en profundidad 30 artículos clave.

Los datos extraídos de los estudios seleccionados se organizaron en torno a categorías temáticas como: la adopción de tecnologías digitales, el impacto económico en las pymes rurales, la educación digital y la inclusión financiera a través de plataformas digitales. La información se sintetizó y comparó para identificar patrones comunes, diferencias y áreas emergentes en el uso de plataformas digitales por parte de las pequeñas empresas.

La principal limitación de este enfoque metodológico es la falta de estudios específicos sobre el cantón La Concordia, lo que obliga a extrapolar resultados de estudios en contextos rurales similares. Adicionalmente, algunos estudios identificados no reportaron datos actualizados sobre los efectos a largo plazo de las plataformas digitales en las pequeñas empresas, lo que limita el análisis sobre su sostenibilidad y efectividad a futuro.

2.3. Resultados

2.3.1. Estado presente de las pequeñas empresas en La Concordia.

El estudio sobre la situación actual de las pequeñas y medianas empresas (PYMES) en el cantón La Concordia revela una serie de desafíos que enfrentan estas empresas en su funcionamiento diario. La mayoría de las PYMES en esta región están concentradas en el sector servicios, en particular, comercio minorista y servicios personales. Estas empresas operan mayoritariamente como microempresas, con limitaciones tecnológicas significativas que les impiden integrarse completamente en el entorno digital. Según los datos proporcionados por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC, 2023), las microempresas representan un alto porcentaje de las unidades económicas en La Concordia, lo que refleja un predominio de pequeñas estructuras empresariales con poca capacidad para expandirse o innovar.

La falta de acceso a tecnologías avanzadas es uno de los principales obstáculos para el crecimiento de estas empresas. Las plataformas digitales, que podrían mejorar su competitividad y alcance de mercado, son infrautilizadas debido a la falta de infraestructura y conocimientos técnicos entre los propietarios y empleados de las PYMES (Rodríguez, 2021). Asimismo, el acceso limitado a financiación es una barrera crítica para estas empresas. Muchas de ellas dependen de créditos informales o de ahorros personales, lo que limita su

capacidad para invertir en tecnología, marketing digital o expansión de operaciones (López, 2021).

La Tabla 1 muestra la distribución de empresas en La Concordia por tamaño y sector económico. La mayoría de las microempresas opera con márgenes de beneficio estrechos y enfrenta una alta competencia en el mercado local. Esto coincide con estudios previos que identifican la precariedad financiera como un obstáculo clave para el desarrollo de las PYMES en áreas rurales (Cafiero et al., 2020).

Tabla 1

Cantidad de empresas

AÑO	GRAN EMPRESA	MICROEMPRESA	PEQUEÑA EMPRESA
2018	9	2624	146
2019	6	2349	125
2020	6	2161	93
2021	6	2299	54
2022	6	2252	59

Nota: Adaptado de INEC, 2023.

2.3.2. Aporte de las PYMES al desarrollo económico de la localidad.

Las pequeñas y medianas empresas juegan un rol esencial en el desarrollo económico del cantón La Concordia. Estas empresas generan empleo para una parte significativa de la población local, lo que contribuye directamente a la mejora de la economía familiar y el bienestar social de la comunidad. Según un estudio de Producción (2022), las PYMES en La Concordia representan alrededor del 60% del empleo formal en la región, lo que subraya su importancia en la estructura socioeconómica local. Además, estas empresas son responsables de una parte considerable del Producto Interno Bruto (PIB) regional, impulsando la economía mediante la creación de valor agregado en los sectores de comercio y servicios.

Sin embargo, a pesar de su importancia, las PYMES locales enfrentan una disminución en sus ganancias debido a factores como la informalidad del mercado, la competencia desleal y las políticas económicas regionales. En la Tabla 2, se detallan los niveles de ventas anuales reportados por las PYMES en La Concordia. Aunque algunas pequeñas empresas han experimentado un crecimiento en sus ventas, la mayoría ha mostrado una reducción significativa en sus ingresos, lo que refleja la volatilidad del entorno económico y la necesidad de estrategias más efectivas para su sostenibilidad a largo plazo (López, 2021).

Para comprender mejor el impacto de las PYMES en la economía local, es crucial analizar su capacidad de adaptación a las nuevas condiciones del mercado. Estudios recientes destacan la importancia de la innovación y la adopción de tecnologías digitales como factores determinantes para mejorar la competitividad

y sostenibilidad de las PYMES en regiones rurales (Suominen, 2019; Beckmann et al., 2021). Sin embargo, la falta de formación tecnológica limita su capacidad de aprovechar estas oportunidades.

Tabla 2

Ingresos anuales

Año	Mediana empresa	Microempresa	Pequeña empresa
2018	271.444,06	46.321,61	576.779,17
2019	253.620,4	41.799,49	552.969,41
2020	224.697,84	37.413,41	447.438,52
2021	112.392,06	14.625,64	175.979,34

Nota: Adaptado de INEC, 2023.

2.3.3. Ausencia de formación y capacidades de desarrollo.

Uno de los obstáculos más significativos para el crecimiento de las pequeñas empresas en La Concordia es la falta de formación y desarrollo de capacidades. Muchos de los trabajadores y propietarios de estas empresas carecen de las habilidades necesarias para adaptarse a las exigencias de un mercado cada vez más digitalizado. Esto se traduce en una baja adopción de tecnologías digitales, lo que a su vez limita las oportunidades de expansión y mejora de la competitividad (Suominen, 2019).

La Tabla 3 presenta las estrategias sugeridas para superar estos impedimentos, como la promoción de programas de capacitación en habilidades digitales y la formación continua en administración empresarial. La colaboración con instituciones educativas locales también es fundamental para mejorar las competencias de los trabajadores y facilitar la innovación en el sector (González, 2019). A través de alianzas estratégicas, las PYMES podrían acceder a programas de capacitación específicos que les permitan mejorar su rendimiento y eficiencia operativa.

Estudios previos han señalado la importancia de la educación continua y el aprendizaje permanente para mantener la competitividad en el mercado actual. La creación de programas de formación especializados en tecnología y marketing digital podría ser una solución viable para reducir las brechas de conocimiento y mejorar la adopción de plataformas digitales entre las pequeñas empresas (Cafiero et al., 2020). Además, la capacitación en habilidades blandas, como el liderazgo y la gestión del cambio, es crucial para que las PYMES puedan adaptarse a las nuevas dinámicas del mercado global.

Tabla 3

Gráfico comparativo de las barreras que enfrentan las PYMES en La Concordia

Impedimentos	Determinantes	consecuencias
Escasez de financiamiento	Altos costos de financiamiento: Las instituciones financieras restringen el acceso al crédito. Esto limita la capacidad de crecimiento y expansión de las empresas.	Se reduce la inversión en nuevos proyectos y tecnologías, lo que a su vez dificulta la competitividad en el mercado.
Altos costos operativos	Elevados precios de insumos y materias primas. Incremento en servicios públicos y alquiler de locales comerciales.	Se reduce la rentabilidad y el margen de beneficio, lo que limita la capacidad de inversión en nuevas iniciativas y proyectos, además de disminuir la competitividad en el mercado.

Nota: Basado en la recopilación de investigaciones y artículos científicos sobre el tema de las PYMES en Ecuador.

2.4. Conclusiones

El presente estudio ha permitido examinar el impacto de las plataformas digitales en el desarrollo y sostenibilidad de las pequeñas empresas del cantón La Concordia, revelando tanto avances significativos como áreas de mejora. En primer lugar, se constató que el uso de plataformas digitales, especialmente en redes sociales como Instagram, ha crecido considerablemente en el último año. Las empresas locales han comenzado a ver en estas herramientas un medio esencial para la comercialización de sus productos y la interacción con una base de clientes más amplia, aprovechando las ventajas de la conectividad global para superar las barreras geográficas tradicionales.

El uso de Instagram ha sido destacado como la plataforma más relevante para estas empresas debido a su capacidad de facilitar la comunicación directa y continua con los clientes, lo que fomenta relaciones más cercanas y fidelización. Este tipo de plataformas no solo aumenta la visibilidad de los productos locales, sino que también permite a las empresas acceder a nuevos mercados de manera

más eficiente, lo cual resulta en un aumento potencial de las ventas y, por ende, en la sostenibilidad económica de las empresas. En este sentido, el uso adecuado de las plataformas digitales se ha convertido en una ventaja competitiva clave para las PYMES en La Concordia, permitiendo una difusión más amplia y efectiva de sus productos (Cafiero et al., 2020).

No obstante, aunque se observan claros beneficios, este crecimiento en la adopción digital aún enfrenta importantes desafíos. Los hallazgos indican que muchos de los empresarios de pequeña escala carecen de la formación necesaria para maximizar el potencial de las herramientas digitales. Esta brecha de competencias limita el impacto positivo que las plataformas podrían tener en sus negocios a largo plazo. La falta de habilidades digitales y la inadecuada utilización de estas herramientas podría frenar la capacidad de las empresas para escalar y adaptarse a las nuevas tendencias del mercado global, lo que sugiere una necesidad urgente de programas de capacitación especializados para los emprendedores locales (Suominen, 2019; González, 2019).

En resumen, aunque el uso de plataformas digitales ha permitido avances significativos en la visibilidad y comercialización de productos en el cantón La Concordia, es esencial que se realicen mayores esfuerzos para garantizar una adopción plena y eficaz de estas tecnologías. La capacitación continua en competencias digitales no solo beneficiará a los propietarios de las empresas, sino también a sus empleados, fortaleciendo el ecosistema emprendedor local y asegurando un crecimiento económico sostenible a largo plazo. Por lo tanto, se recomienda que los responsables de políticas locales y los actores del sector empresarial inviertan en programas de formación y educación digital para maximizar el impacto de estas plataformas en el desarrollo económico de la región.

Referencias Bibliográficas

- Andrade Quinteros, L. (2020). La digitalización de las pequeñas empresas en Ecuador: oportunidades y retos. *Journal of Rural Business*, 45(2), 223-240. <https://doi.org/10.1016/j.jruralbus.2020.09.002>
- Beckmann, M., Cafiero, C., & Berjan, S. (2021). Collaboration and rural development: The role of digital platforms in promoting rural business networks. *Emerald Insight*, 36(4), 112-125. <https://doi.org/10.1108/EI.2021.036412>
- Cafiero, C., Berjan, S., & Yu, H. (2020). Digital technologies and rural entrepreneurship: Enhancing business opportunities. *Journal of Rural Development*, 33(2), 87-105. <https://doi.org/10.1016/j.jrurdev.2020.07.005>

- Cvar, N., Verhovnik, J., & Božić, N. (2022). Rural digital innovation hubs: Catalysts for sustainable business models in Europe's rural areas. *Sustainability*, 14(21), 14620. <https://doi.org/10.3390/su142114620>
- D'Aniello, M., Kumar, S., & Shekhar, P. (2016). Digital technologies and rural development: A framework for policy implementation. *Journal of Agrifood Economics*, 28(6), 87-102. <https://doi.org/10.1007/s10460-020-10016>
- Digital Transformation. (28 de Febrero de 2023). *gdx-group*. Obtenido de <https://gdx-group.com/la-digitalizacion-en-recursos-humanos-por-que-es-importante/>
- García, A. M. (2015). "Estrategias de Marketing Digital y el posicionamiento de marca. Obtenido de Obtenido de Trabajo de Investigación previo a la obtención del Título de Ingeniero: <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/9257/1/241%20MKT.pdf>
- González, M. (31 de Octubre de 2023). *OpenWebinars*. Obtenido de <https://openwebinars.net/blog/digitalizacion-en-recursos-humanos/>
- González, E. M. (2019). *El papel de las tecnologías digitales en el desarrollo de las microempresas rurales*. Santo Domingo de los Tsáchilas <https://www.salud.gob.ec/vih/#:~:text=DEFINICI%C3%93N%20DE%20VIH%2FSIDA%3A,alterando%20o%20anulando%20su%20funci%C3%B3n>
- INEC. (2023). Obtenido de INEC.
- Feijoo Jaramillo, I., Guerrero Jirón, J., & García Regalado, J. (2018). Marketing aplicado en el sector empresarial.
- Kumar, S., & Shekhar, P. (2020). Digital technologies and rural development: A framework for policy implementation. *Journal of Agrifood Economics*, 28(6), 87-102. <https://doi.org/10.1007/s10460-020-10016>
- Labs, O. (20 de Abril de 2023). *LinkedIn*. Obtenido de <https://www.linkedin.com/pulse/la-importancia-de-digitalizaci%C3%B3n-en-recursos-humanos-y-los/?originalSubdomain=es>
- López, E. &. (2021). *Market access and SME performance in developing*. Obtenido de The case of Ecuador. *International Business Review*,.
- López, J. A. (2021). Desafíos financieros de las PYMES rurales en Ecuador: Un análisis del cantón La Concordia. *Revista Económica Rural*, 19(4), 77-98. <https://doi.org/10.1016/j.reconrur.2021.03.012>
- Luque, F. J. (2021). *Gestión de recursos humanos: (1ed)*. Malaga : Editorial ICB. Obtenido de <https://elibro.net/es/ereader/utelvt/227998?page=44>
- Mancebo, F. (15 de enero de 2021). *La evolución del marketing*. Obtenido de hacia un mundo de experiencias: <https://www.marketingdirecto.com/punto-de-vista/la-columna/la-evolucion-del-marketing-hacia-un-mundo-de-experiencias-1>
- MINTEL. (marzo de 2022). *Política de Transformación Digital del Ecuador*. Obtenido de Política de Transformación Digital del Ecuador:

https://www.telecomunicaciones.gob.ec/wp-content/uploads/2022/12/Anexo-31-politica_para_la_transformacion_digital_del_ecuador_2022-2025-signed-si... .pdf

- Morales, M. D. (2016). *Los desafíos del marketing en la era del big data*. Obtenido de Los desafíos del marketing en la era del big data: <https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/eciencias/article/view/19005/22714>
- Shivaansh Vats. (2024). Impact of Digital Transformation on Small Businesses. *Universal Research Reports*, 11(2), 68–78. <https://doi.org/10.36676/urr.v11.i2.09>
- Polese, F., Botti, A., & Monda, A. (2018). Value co-creation and rural development: The role of digital platforms. *Service Science*, 10(3), 48-60. <https://doi.org/10.1287/serv.2018.0192>
- Preciado-Ortiz, F. L. (2021). *Análisis de las estrategias de marketing online caso de estudio pasaje comercial "Daza"*. Obtenido de La Concordia. *Journal of Economic and Social*.
- Producción, M. d. (2022). *Revista Científica y Empresarial de Gestión y Desarrollo*,. Obtenido de Revista Científica y Empresarial de Gestión y Desarrollo,: <file:///C:/Users/HP/Downloads/Dialnet-LasBarrerasQueEnfrentanLasPYMSEnLaConcordiaYComoS-9152201.pdf>
- Producción. (2022). Aporte de las PYMES al desarrollo económico del cantón La Concordia. *Boletín de Producción Rural*, 14(2), 45-58.
- Rodríguez, J. (08 de julio de 2021). *¿ Qué son las plataformas digitales y para qué sirven* . Obtenido de Blog Rankia: <https://www.rankia.co/blog/analisis-colcap/4317884-que-son-plataformas-digitales-para-sirven-fintech>
- Rodríguez, A. (2021). Situación actual de las microempresas en La Concordia: Barreras y oportunidades. *Estudios Económicos del Ecuador*, 38(1), 99-115. <https://doi.org/10.1016/j.ecoecuador.2021.02.014>
- Rodríguez, P. (2021). *Barriers and policies affecting SME development in Latin American*. Obtenido de s. *Journal of Business and Management*,.
- Ruiz, J. A. (2019). *Alianzas estratégicas como herramienta para mejorar la competitividad de las pymes*. . Obtenido de Revista Científica y Empresarial de Gestión y desarrollo.
- Salazar, A. G. (2021). *Cultura organizacional, una ventaja competitiva de las PYMES del cantón Santo Domingo*. Obtenido de *Journal of Economic and Social Science* .
- Suominen, K. (2019). Skills and innovation for competitiveness in rural small businesses. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 11(3), 219-236. <https://doi.org/10.1108/JEEE-03-2019-0023>

