

## GESTIÓN DE LA INNOVACIÓN Y SU RELACIÓN CON EL DESARROLLO DE LAS PYMES

### INNOVATION MANAGEMENT AND ITS RELATIONSHIP WITH THE DEVELOPMENT OF SMES

Amalio Segundo Otero Tapia<sup>1</sup>  
 José Ever Castellanos Narciso<sup>2</sup>  
 Nancy Yaneth Gordillo Ramirez<sup>3</sup>  
 Joan Sebastián Rojas Rincón<sup>4</sup>

#### **Resumen**

Este artículo describe elementos importantes sobre la gestión de la innovación y su relación con el desarrollo de las Pymes, así como la relación de los tipos de innovación con la importancia de la cultura de innovación en el desarrollo de las mismas. La información recopilada en este artículo de revisión científica, es la suma de una exhaustiva investigación bibliográfica hecha en diferentes bases de datos de comprobación científica. Se demuestra que las pymes se están convirtiendo en las principales empresas generadoras de crecimiento, debido al aumento constante de los niveles de innovación en diversos países. Se concluye que se debe de establecer procesos gerenciales y modelos de gestión integrales.

**Palabras claves:** Innovación, Pymes, Cultura de Innovación

#### **Abstract**

This paper describes important elements on Innovation Management and its relationship with the development of SMEs, as well as the relationship of the types of innovation with the importance of the culture of innovation in the development of the same. The information compiled in this scientific review article is the sum of an exhaustive bibliographical research carried out in different scientific verification databases. It shows that SMEs are becoming the main companies that generate growth, due to the constant increase in innovation levels in various countries. It is concluded that managerial processes and comprehensive management models should be established.

**Keywords:** Innovation, SMEs, Culture of Innovation

Recepción: Agosto de 2021 / Evaluación: Septiembre 2021 / Aprobado: Octubre 2021

<sup>1</sup> Magister en Administración de Organizaciones UNAD Colombia. Docente de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia-UNAD. Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios-ECACEN. Transversal 45 # 44A – 221. Cartagena-Bolívar. Email: [amalio.oter@unad.edu.co](mailto:amalio.oter@unad.edu.co) ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0142-0344>

<sup>2</sup> Doctor en Gestión - Doctor en Ciencias Empresariales. Docente Universidad Nacional Abierta y a Distancia – UNAD. Email: [jose.castellanos@unad.edu.co](mailto:jose.castellanos@unad.edu.co) ORCID: <http://orcid.org/0000-0003-3823-2950>

<sup>3</sup> Magíster en Dirección de Marketing. Líder Nacional de la Especialización en Gerencia Estratégica de Mercadeo de la universidad Nacional Abierta y a Distancia-UNAD. Email: [nancy.gordillo@unad.edu.co](mailto:nancy.gordillo@unad.edu.co) ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5913-2620>

<sup>4</sup> MSc. Contabilidad & Finanzas, Mg. Mercadeo, Esp. Gerencia Estratégica de Mercadeo, Esp. Administración Financiera, Administrador de Empresas, Tnlgo. Administración Bancaria y de Instituciones Financieras. Docente Investigador de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD). Email: [joan.rojas@unad.edu.co](mailto:joan.rojas@unad.edu.co) ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1203-9979>

## Introducción

Las pequeñas y medianas empresas (PYMES), son un tema de interés y mucha relevancia en la actualidad económica, debido a que estas generan intereses en la creación y fortalecimiento de las empresas, haciendo que estas sean más y más competitivas, contribuyendo al crecimiento de los diferentes gobiernos. Este interés se ve reflejado, en el aumento que ha tenido el empleo, la producción y el comercio, todo gracias al progreso de las pequeñas y medianas empresas (Gálvez Albarracín & García Pérez de Lema, 2012)

Gestionar individualmente una empresa, puede influir directamente en el éxito que esta tenga, así como gestionarla desde la cooperación organizacional, como lo expone Lozano (2010) cuando hace explícata que la competencia eficaz y unificada en mercados internacionales y nacionales, es capaz, siempre que se base en la gestión organizacional adecuada y oportuna.

La innovación es primordial para el ámbito organizacional, debido a que permite la sostenibilidad, crecimiento y evolución de su economía, es por ello que Portes (1993), estableció que la competitividad de un país, su industria y economía, se fundamentan en la capacidad de innovación y mejora. Por tanto, las acciones y actividades desarrolladas en función de innovar de la mano del capital humano, constituyen los principales factores que incentivan las ventajas competitivas de la economía industrial avanzada.

La preeminencia competitiva sostenible de manera permanente, es la innovación, es por eso, que las organizaciones deben gestionar adecuadamente los procesos de innovación, y tomar las medidas adecuadas, para que el resultado sea el deseado, debido a que, de no ser ejecutados de manera eficaz, no habría valor alguno en el resultado. Explicado de otra manera, conseguir las metas, estará directamente relacionado con la manera en que se gestionen las acciones y procesos innovadores.

Uno de los problemas en los últimos años en las pymes, es la baja inversión en procesos de innovación, la estructura débil de recursos humanos para áreas de investigación e innovación y la institucionalidad ausente del sistema nacional de ciencias, tecnología e innovación, hacen que la no focalización de áreas estratégicas a largo plazo, influyan negativamente en las capacidades de desarrollo científico y tecnológico.(Departamento Nacional de Planeación, 2010).

El mundo en la actualidad, sustenta su desarrollo económico en la innovación y cómo esta es gestionada por las empresas, pues permite la adaptación empresarial a la diversidad de mercados, permitiendo esto que las empresas se vuelvan competitivas y puedan crecer, permaneciendo de forma sólida en los mercados nacionales e internacionales.

La transformación de prácticas organizacionales en la actualidad, incluye tener en cuenta las características del entorno empresarial y las demandas de los directivos, pues el objetivo de esto, es que los perfiles de las personas que ocupen lugares de gerencia en las Pymes, se ajusten a las necesidades del mercado y el sector empresarial, así como contar con las cualidades, aptitudes y conocimientos necesarios, para poder administrar adecuadamente las empresas a las que pertenecen.

Por tanto, una de las variables que influye directa o indirectamente en las características extrínsecas, corresponde a la tecnología y a la manera en que esta permite gestionar sus procesos, para así obtener los objetivos trazados. La innovación impulsaría significativamente la economía, debido que las pymes mejoran su competitividad, con productos y servicios innovadores, las pymes crecerían y esto elevaría las ganancias de productividad.

### Método

Vera Carrasco (2009), establece que un artículo científico de revisión, carece de originalidad, pero presenta de forma sistemática y organizada, la información consultada sobre un tema en concreto, y que la finalidad de este trabajo de investigación, es hacer un estado del arte sobre la bibliografía existente de un tema o área de conocimiento. Es por ello que Icart y Canela (1994) citado por Guirao, Olmedo & Ferrer (2008), establecen que el objetivo final de los artículos de revisión, es la identificación del estado de arte, como se mencionó anteriormente, sobre uno o más temas relacionados y cuáles son las investigaciones que respaldan los resultados hallados.

Según Cué Brugguera, Díaz Alonso, Díaz Martínez, & Valdés Abreu (2008), los artículos de revisión, organizan sistemáticamente información que se obtiene de una investigación en bases de datos científicas. Es por ello que este artículo de revisión científica, se creó a partir de la información recopilada de páginas gubernamentales oficiales, tanto nacionales como locales.

Para Merino (2013), la finalidad u objetivo principal de un artículo de revisión, es el conocimiento del estado del arte, dicho de otra forma, la importancia de estos artículos científicos, es que dan a conocer la literatura disponible, nutriendo así, los arcos referenciales y argumentales de un área de conocimiento específico y multidisciplinario.

La información de este documento, fue obtenida de páginas oficiales, páginas especializadas en economía, industria y comercio, y la herramienta de búsqueda académica de Google, que a su vez redirecciónó la búsqueda a bases de datos como Scielo, Redalyc, ScienceDirect y EBSCO.

### Resultados

Los estudios de innovación, se centran en las grandes empresas debido a que, por sus grandes estructuras organizacionales y su disposición hacia el mercado y naturaleza dinámica, éstas son consideradas innovadoras, pues están en constante crecimiento y oportunidades de mejora. Sin embargo, estas grandes empresas, a pesar de que poseen recursos económicos y humanos, para financiar estos procesos y dar la apariencia de tener tendencia a la innovación, muchos estudios demuestran que estas organizaciones, no son las únicas en tener éxito. Muchos estudios recientes, demuestran que las pymes, desde hace años, se han convertido en las principales empresas generadoras de crecimiento, gracias a que aumentan y mantienen en aumento constante los niveles de innovación en diversos países. (Hadjimanolis, 2000)

Según Anzola (2002), expone en su libro de administración de la pequeña empresa, que las Pymes, han tenido una evolución vertiginosa, y han descubierto su capacidad para ofrecer a sus clientes, productos y servicios de calidad, cada vez más competitivos, lo que permite que tengan presencia en mercados más exigentes. La baja complejidad en la estructura organizacional de las pymes, la escasez de burocracia, la fluidez y la frecuencia de la comunicación entre áreas, y la capacidad de adaptarse a los cambios del entorno, debido a su flexibilidad y cercanía al mercado, hacen se convierta en una fuente significativa de ventajas, cuando de competencia se habla (Lloyd - Reason y otros, 2002, citado por Rubio & Aragón, 2009).

Autores como North & Vickers (2001), han definido la innovación, como un cambio en procesos de producción, productos y servicios, con la finalidad de mejorarlo y entrar así a competir en el mercado, además de mejorar las formas de distribución, creando así necesidades de consumo en las personas.

Lloyd et. Al. (2002), establecieron que a pesar de que hay una tendencia a creer, que son las grandes empresas, las que más muestran inclinaciones hacia innovar en sus productos y servicios, dado que tienen los recursos económicos y humanos, para financiar las mejoras en sus procesos

de producción, las Pymes son igual de capaces de innovar con el objetivo de ser comercialmente competitivas.

Según Shelton, Davila y Brown (2005), la efectividad del proceso de innovación, necesita de herramientas y procesos de gestión específicos, es por ello que cuando una empresa logra innovar en sus productos y servicios de manera exitosa, esta se convierte de manera constante en una fuente de valor.

Gopalakrishnan y Damanpour (1997), definieron la innovación como un mecanismo de respuesta al entorno, que permite sobrevivir y asegurar los recursos organizacionales, de tal manera, en que siempre se tome la decisión adecuada sobre el sistema de gestión.

Para De Jong & Vermeulen (2006), la capacidad de innovación empresarial, está sujeta a componentes y factores que dan como resultado un ambiente adecuado para la generación de innovación, permitiendo así mejorar los procesos de producción de productos existentes y nuevos.

La innovación se puede definir, según Castells Y Pasola (1997) como “el proceso en el cual a partir de una idea, invención o reconocimiento de una necesidad se desarrolla un producto, técnica o servicio útil hasta que sea comercialmente aceptado”, este concepto permite entender la innovación, como un proceso que permite el desarrollo de algo nuevo o que no se conoce hasta ese momento, y que es posible a través del estudio metódico de una necesidad, sea personal, grupal y organizacional, para obtener una meta económica. (Suárez Mella, 2018).

Algunos autores como Ruiz González & Mandado (1989) explican que la innovación en las pymes, no es otra cosa que la mejora operativa a través de la inversión en tecnologías de producción que permitan incrementar la eficacia de los procesos de producción, lo que, a su vez, influye directamente en las ganancias e ingresos.

Schumpeter (1944), citado por Ruiz González & Mandado (1989), propuso dos tipos de innovación que actualmente siguen aplicándose al mercado de forma exitosa, una de ellas es la conocida innovación radical, que permite la modificación esencial de los productos con funciones específicas. El otro tipo de innovación, es conocido como incremental, y consta de la mejora de técnicas existentes en los procesos de producción de productos y servicios.

El manual de Oslo, redactado por la OCDE & EUROSTAT (2005) establece que existen cuatro tipos de innovación, como lo son: innovaciones de producto, innovaciones de proceso, innovaciones comerciales e innovaciones organizativas.

**Innovaciones de producto:** son bienes y/o servicios cuyas características o usos, han sido mejorados. Este tipo de innovaciones, tienen mejoras significativas en cuanto a las especificaciones, componentes y/o materiales, así como los software, ergonomías y características funcionales. Estas innovaciones de producto, pueden incorporar para sus mejoras, conocimientos actuales y tecnologías nuevas que permiten nuevos usos y/o combinaciones. Es por ello, que este tipo de innovación se enfoca en la mejora de características de bienes y servicios existentes (OCDE & EUROSTAT, 2005).

**Innovaciones de proceso:** está relacionado con la mejora de un método de producción o de la manera en que se distribuye el producto final, estas mejoras pueden incluir también mejoras en técnicas, equipo y software, estas innovaciones de proceso tienen como finalidad también, disminuir los costos por unidad de producción o distribución, aumentando la calidad de estos, o en su lugar, produciendo nuevos productos y servicios notablemente mejorados. (OCDE & EUROSTAT, 2005)

**Innovaciones comerciales:** este tipo de innovaciones hace referencia a la creación de un método nuevo de comercialización que se enfoque en las mejoras realizadas a los diseños o a la manera en que se presenta el producto, la forma en la que se posiciona, su promoción y/o precio. Estas innovaciones tienen la finalidad de satisfacer de la mejor forma posible las necesidades de los clientes, así como permitir la apertura de nuevos mercados y reposicionar productos existentes de una empresa en el mercado, con el objetivo de aumentar sus ventas. (OCDE & EUROSTAT, 2005)

**Innovaciones organizativas:** hace referencia a un método de organización nuevo para la práctica de negocios, organizando el trabajo y las relaciones de la empresa, este tipo de innovaciones, tienen la finalidad de mejorar los resultados obtenidos por la empresa, mediante la reducción de costos administrativos, mejorando la satisfacción de los trabajadores, aumentando la productividad de los trabajadores. (OCDE & EUROSTAT, 2005)

### **Cultura de Innovación**

Según Bueno (2006) citado por Paz, Paz & El Kadi (2014), una cultura de innovación se configura como un conjunto de cualidades en las que resaltan los aspectos relacionados con la toma de decisiones asertivas, seguridad, apertura al cambio gestión de riesgos, resiliencia, pensamiento creativo, liderazgo, trabajo en equipo, responder a las necesidades de clientes o usuarios y comunicaciones en red que permitan el intercambio de ideas, conocimientos, además de potenciar las habilidades así como las competencias del talento humano, es por ello que su implementación en las organizaciones implica un reto en virtud de que deben propiciarse las condiciones para su desarrollo.

De igual manera, Morcillo (2007) citado por Paz, Paz & El Kadi (2014), establece que la cultura de innovación se refiere a la manera de pensar y actuar diferente a lo convencional, implica comportamientos flexibles para asumir cambios que generan el mejoramiento en el funcionamiento de la empresa, optimización de procesos; de igual manera es preciso destacar la función de la creatividad como instrumento para estimular la innovación, lo que implica cambiar paradigmas tradicionales.

### **Conclusiones**

Las pymes, necesitan descubrir, fortalecer y mantener, las acciones que permitan el desarrollo de sus productos y servicios, y para que puedan ser competitivas en un mercado tan cambiante y dinámico, la innovación estructurada y planificada de su portafolio de servicios, es el mejor aliado, para no quedar fuera de competencia.

La innovación es clave para que las pymes puedan desarrollarse y crecer a nivel empresarial, es por ello que son necesarias las estrategias que permitan un crecimiento y una inversión en desarrollos fuertes. Así mismo, es importante que estas estrategias sean orientadas a la adquisición de compromiso con la cultura de innovación, lo que les permitirá orientar su recorrido empresarial, enfocándose en la creación de un valor diferencial que permita que el cliente o consumidor final del producto o servicio, los elija, permitiendo así la optimización, crecimiento y rentabilidad, haciendo que sean competitivas a nivel comercial.

Para que las pymes puedan incursionar en el mercado y sacar provecho de los recursos que originan las alianzas estratégicas, deben establecer procesos gerenciales y modelos de gestión integrales, que le permitan desarrollarse ampliamente con las herramientas, habilidades y

competencias gerenciales, para que las pymes puedan responder a las exigencias de un mercado dinámico.

### Referencias bibliográficas

- Aguilera Enriquez, L., Rangel Magdaleno, J., Hernández Castorena, M., & Gónzales Adame, M. (2011). La innovación como estrategia competitiva para el crecimiento en la pyme manufacturera. *Centro de Ciencias Económicas y Administrativas*.
- Anzola Castillo, I. (2019). *Administración, innovación y conectividad*. Bogotá: ECOE Ediciones.
- Anzola Rojas, S. (2002). *Administración de la pequeña empresa*. McGraw Hill.
- Arroyo Tovar, R. (2007). *Habilidades gerenciales, desarrollo de destrezas, competencias y actitudes*. Bogotá: ECOE Ediciones.
- Berastain, L. (2009). *Aprender a innovar en una Pyme*. Ediciones Paidós Ibérica.
- Betancourt Guerrero, B. (2014). *Ánalisis sectorial y competitividad*. Santafé de Bogotá: ECOE Ediciones.
- Carballo, R., J. B., Bosowsky Busquets, J., Carballo, E., Córdoba, A., Fernández Romero, A., . . . Rivero, S. (2006). *Innovación y Gestión del Conocimiento, Modelo, Metodología, Sistemas y Herramientas de Innovación*. Madrid: Editorial Díaz de Santos .
- Castells, P., & Pasola, J. (1997). Tecnología e innovación en la empresa. *Revista Dirección y Gestión*.
- Congreso de la República de Colombia. (16 de Julio de 1979). La Ley 9. *Diario Oficial No. 35308*. Bogotá, Cundinamarca, Colombia: Congreso de la República de Colombia.
- Congreso de la República de Colombia. (1993). Ley 99. *Diario Oficial No. 41146*.
- Congreso de la República de Colombia. (20102). Ley 1562. *Diario Oficial No. 48488*.
- Corte Constitucional de Colombia. (20 de Febrero de 2015). Sentencia T-080. Bogotá, Cundinamarca, Colombia: Corte Constitucional de Colombia.
- Cué Brugueras, M., Díaz Alonso, G., Díaz Martínez, A. G., & Valdés Abreu, M. d. (2008). El artículo de revisión. *Revista Cubana de Salud Pública*, 34(4). Obtenido de [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0864-34662008000400011&lng=es&tlng=es](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0864-34662008000400011&lng=es&tlng=es).
- De Jong, J. P., & Vermeulen, P. A. (2006). Determinants of Product Innovation in Small Firms: A Comparison across Industries. *International Small Business Journal*, 24, 587-609. doi:<https://doi.org/10.1177%2F0266242606069268>
- Departamento de Asuntos Económicos y Sociales División de Estadística de las Naciones Unidas. (2009). Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas (CIIU). *Informes Estadísticos Serie M*.
- Departamento Nacional de Planeación. (2010). Bases del Plan Nacional de Desarrollo 2010-2014. *Prosperidad para Todos*. Bogotá D.C, Cundinamarca, Colombia.
- Echeverri Romero, R., Pineda Ospina, D., Ruano Arcos, L., Silva Castellanos, T., Rodríguez Orejuela, H., Agredo Días, M., & Aránzazu Osorio, V. (2018). Innovación para la competitividad en la industria de alimentos en Colombia. *Colección de ciencias de la administración*.
- Gálvez Albarracín, E., & García Pérez de Lema, D. (2012). Impacto de la innovación sobre el rendimiento de la MIPYME: un estudio empírico en Colombia. *Estudios Gerenciales*, 28(13).

- Galvis Hurtado, R. (2008). El aporte económico de las Pymes en Colombia y su actualización tecnológica a partir del software libre basado en el concepto de ERP Entramado. *Universidad Libre*, 64-79.
- Giraldo Mejía, A., Bravo Castillo, M., Mendieta Cardona, C., & Rojas López, J. (2018). Innovación en la Pyme, Experiencias y aportes de investigación. . *Editorial Bonaventuriana*.
- Gopalakrishnan, S., & Damanpour, F. (1997). A Review of Innovation Research in Economics, Sociology and Technology Management. *Omega*, 25, 15-28.
- Guirao - Goris, J., Olmedo Salas, A., & Ferrer Fernandis, E. (2008). El artículo de revisión. *Revista Iberoamericana de Enfermería Comunitaria*, 1-25.
- Hadjimanolis. (2000). An investigation of innovation antecedents in small firms in the context of a small developing country. *R&D Management*, 30(3).
- Icart Isem, M. T., & Canela Soler, J. (1994). El artículo de revisión. *Enferm Clin*, 4(4), 180-184.
- Igartua López, J. (2009). Gestión de la innovación en la empresa vasca. Contribución de las herramientas de gestión de la innovación. *Universidad Politécnica de Valencia*.
- Lloyd - Reason, L., Muller, K., & Wall, S. (2002). Innovation and Educational Policy in SMEs: A Czech Perspective. *Education & Trainning*, 44(8/9), 378-387.
- López Aguilar, I. (2015). Modelo para la medición de la innovación, piloto en dinámica de sistemas en empresas colombianas. *Universidad Católica de Colombia*.
- Lozano, M. (2010). Modelos de asociatividad: estrategias efectivas para el desarrollo de las Pymes. *Revista EAN*, 68, 178-178.
- Martínez Moreno, E., Agirre Olaia, N., Gomes, O., Ayesteran, S., Albaina, M., & L, J. (2018). El reto de liderar equipos de innovación en pymes. *Servicio Editorial D.L.*
- Mendoza Guerra, J. (2018). Los dilemas de las Pymes. *Ediciones de la U - LTDA*.
- Merino - Trujillo, A. (2013). Cómo escribir documentos científicos: Artículo de revisión. *Salud en Tabasco*, 19(3), 90-94. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=48730715004>
- Morrón Salmeron, A., & Ruiz, A. (2019). Las dificultades del sector manufacturero mundial. *Actividad y Crecimiento*.
- OCDE & EUROSTAT. (2005). Manual de Oslo. *Guía para al recogida e interpretación de datos sobre innovación*. Grupo Tragsa.
- Ospina Zapata, M., & Puche Nieves, A. A. (2014). Gestión de la Innovación en Pequeñas y Medianas Empresas Generando ventajas competitivas y posicionamiento en el Mercado. *Revista Electrónica Gestión de las Personas y la Tecnología*.
- Paz, J., Paz, J., & El Kandi, O. (2004). Cultura de innovación como plataforma de desarrollo. *I Jornada Binacional de Investigación*.
- Porter, M. (1993). *La ventaja competitiva de las naciones*. Ediciones Javier Vergara.
- Presidencia de la República de Colombia. (1974). Decreto 2811. *Diario Oficial No*, 34243.
- Presidencia de la República de Colombia. (2005). Decreto 4741. *Diario Oficial No*. 46137.
- Presidencia de la República de Colombia. (2014). El Decreto 1076: Decreto único reglamentario del Sector Ambiente y Desarrollo Sostenible. *Diario Oficial No*. 49523.
- Quirós, J. M. (2018). *Etapas de la Pyme*. Buenos Aires: Granica.
- República de Colombia. (2016). Documento CONPES 36868. *Departamento Nacional de Planeación*.
- Revista Semana. (2020). Se acerca una mortandad de MiPymes. *Economía*.
- Rubio Bañón, A., & Aragón Sánchez, A. (2009). Recursos críticos y estrategia en la PYME industrial. *Revista Tribuna de Economía*(846), 193-212.

- Ruiz González, M., & Mandado, E. (1989). *La innovación tecnológica y su gestión*. Barcelona: Marcombo Boixareu.
- Shelton, R., Davila, T., & Brown, P. (2005). The Seven Rules of Innovation. *Optimize*, 4(8), 51-56.
- Soto Osorio, J. (2017). Incorporación del Manejo de Sustancias y Residuos Peligrosos en los Planes de Gestión del Riesgo de Desastres. *Universidad Católica de Manizales*.
- Suárez Mella, R. (2018). Reflexiones sobre el concepto de innovación. *Revista San Gregorio*, 121-131.
- Tundidor Díaz, A. (2016). *Como innovar en las Pymes, Manual de mejora a través de la innovación*. Barcelona: Alfaomega.
- Valencia de Lara, P., & Patlán Pérez, J. (2011). El empresario Innovador y su relación con el Desarrollo Económico. *Economía*, 21-27.
- Vera Carrasco, Ó. (2009). Cómo escribir artículos de revisión. *Rev. Méd. La Paz*, 15(1), 63-69. Obtenido de [http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1726-89582009000100010](http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1726-89582009000100010)