

Influencia del uso de un sistema de información en la gestión comercial en empresas mercantes de la

 My Files My Files Universidad Peruana Union

Detalles del documento

Identificador de la entrega

trn:oid:::29566:474979454

Fecha de entrega

20 jul 2025, 11:21 a.m. GMT-5

Fecha de descarga

20 jul 2025, 11:35 a.m. GMT-5

Nombre de archivo

Influencia del uso de un sistema de información en la gestión comercial en empresas mercantespdf

Tamaño de archivo

150.2 KB

10 Páginas

4599 Palabras

24.356 Caracteres

19% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

Exclusiones

- N.º de coincidencias excluidas

Fuentes principales

- 11%  Fuentes de Internet
- 3%  Publicaciones
- 16%  Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alertas de integridad para revisión

No se han detectado manipulaciones de texto sospechosas.

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.

Fuentes principales

- 11% Fuentes de Internet
- 3% Publicaciones
- 16% Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Fuentes principales

Las fuentes con el mayor número de coincidencias dentro de la entrega. Las fuentes superpuestas no se mostrarán.

1	Trabajos entregados	Universidad Nacional de Jaen on 2025-04-08	12%
2	Internet	repositorio.upeu.edu.pe	1%
3	Internet	www.coursehero.com	<1%
4	Internet	www.researchgate.net	<1%
5	Trabajos entregados	Universidad San Marcos on 2025-05-27	<1%
6	Internet	alicia.concytec.gob.pe	<1%
7	Trabajos entregados	Maastricht School of Management on 2019-08-27	<1%
8	Internet	repositorio.uncp.edu.pe	<1%
9	Internet	d.documentop.com	<1%
10	Internet	revistas.usal.es	<1%
11	Internet	universidadverdad.uazuay.edu.ec	<1%

12	Trabajos entregados	Universidad Cesar Vallejo on 2023-12-19	<1%
13	Trabajos entregados	Universidad Da Vinci de Guatemala on 2024-10-17	<1%
14	Trabajos entregados	Markham College on 2006-09-15	<1%
15	Trabajos entregados	Universidad de Deusto on 2019-05-10	<1%
16	Trabajos entregados	Consortio CIXUG on 2024-04-16	<1%
17	Trabajos entregados	Universidad Internacional de la Rioja on 2013-07-16	<1%
18	Internet	doaj.org	<1%
19	Trabajos entregados	European University on 2025-02-14	<1%
20	Internet	gemini.udistrital.edu.co	<1%
21	Internet	gredos.usal.es	<1%
22	Internet	prezi.com	<1%
23	Internet	repositorioacademico.upc.edu.pe	<1%
24	Internet	www.expansionyempleo.com	<1%
25	Internet	www.slideshare.net	<1%

26	Trabajos entregados uncedu on 2024-01-05	<1%
27	Trabajos entregados uncedu on 2025-03-09	<1%
28	Internet archive.org	<1%
29	Trabajos entregados uaq on 2024-08-27	<1%
30	Internet hdl.handle.net	<1%

Influencia del uso de un sistema de información en la gestión comercial en empresas mercantes de la selva peruana

Influence of the use of an information system in commercial management in commercial companies in the Peruvian jungle

Resumen

La meta de esta investigación fue analizar la influencia en la gestión comercial, la implementación de sistemas de información que englobe las acciones administrativas correspondiente al ámbito de ventas, despacho y facturación. En la última década las operaciones comerciales han sido influenciados por los sistemas de información, en particular por los sistemas de soporte operacional. Se explora con esta investigación mejorar la calidad en la gestión comercial en la empresa "The Tropical Boutique" mediante el uso de un sistema web que automatiza los procesos operaciones de atención al cliente, despacho y facturación. El proceso metodológico implicó la participación de 132 personas, a quienes se les aplicó una encuesta dividida en tres dimensiones. Los resultados se valoraron con un margen de error del 5% y un nivel de confianza del 95%. El marco metodológico utilizado para el desarrollo del sistema de información fue RUP. Los resultados obtenidos indican mejoras significativas en la calidad de la gestión comercial, con una media en el post-test de 49.60% ante un 21,99% del pre-test, siendo que la significancia de la prueba wilcoxon es menor a 0.005.

Palabras clave: sistema de información, automatización; RUP, atención al cliente, gestión comercial.

Abstract

The aim of this research was to analyze the influence on commercial management of the implementation of information systems that encompass administrative actions corresponding to the area of sales, dispatch and billing. In the last decade, commercial operations have been influenced by information systems, particularly by operational support systems. This research explores improving the quality of commercial management in the company "The Tropical Boutique" through the use of a web system that automates the processes of customer service, dispatch and billing operations. The methodological process involved the participation of 132 people, who were given a survey divided into three dimensions. The results were evaluated with a margin of error of 5% and a confidence level of 95%. The methodological framework used for the development of the information system was RUP. The results obtained indicate significant improvements in the quality of commercial management, with an average in the post-test of 49.60% compared to 21.99% in the pre-test, with the significance of the Wilcoxon test being less than 0.005.

Key words: information system, automation; RUP, customer service, commercial management.

Introducción

Los sistemas de información son considerados un activo propio de los negocios por la información que esta posee, facilitando la reunión, procesamiento y distribución oportuna de la misma, aportando productividad y competitividad en las empresas (Gallejos et al., 2022).

En la actualidad, las actividades de gestión comercial en el sector mercantil, siendo más precisos en el ámbito textil y ventas, examinan a los sistemas de información, en búsqueda de apoyo en sus operaciones comerciales, aún para las pequeñas organizaciones, puesto que se presenta un aumento en los requerimientos para disponer de información en tiempo real para la toma de decisiones (Masaquiza-Moyolema et al., 2023).

Asimismo, se concibe, que una buena gestión comercial, implica acciones metódicas, definidas por los procesos empíricos, de los actores involucrados, que van a dar soporte a los procesos de los sistemas de información (Sánchez et al., 2022).

Los sucesos evidenciados en la última década han dispuesto cambios económicos, sociales, políticos y tecnológicos, de índole permanente (Acevedo-Flores et al., 2020). Siendo para el sector comercial, un cambio rotundo de migrar sus actividades a la virtualidad, y el despacho de sus productos con las previsiones sanitarias necesarias, mirando con anhelo la adopción rápida de los sistemas de información y todo el ecosistema que esta pueda involucrar (García-Madurga et al., 2021)

En Sudamérica, siendo más precisos en Costa Rica, las Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES), posterior a los eventos pandémicos, previenen el uso de las tecnologías de la información y redes sociales, con los roles que compete, en sus procesos para mejorar su gestión, tanto en sus niveles operacionales y de toma de decisiones, teniendo la evidencia necesaria y suficiente para demostrar la importancia de los roles agregado para generar cambios positivos en las ventas y exportaciones (Jiménez et al., 2022).

Por otro parte, en México, las PYMES, representadas con un máximo de 10 trabajadores, mudaron sus actividades a plataformas soportadas por sistemas de información, con el fin de dar agilidad a sus operaciones y mantener la continuidad de sus negocios, acompañado de capacitaciones, observando mejoras en el control de sus ventas y seguimiento de sus productos varios (Chiatchoua y Lozano, 2021).

A lo anterior, es ineludible suponer la notable transformación que está viviendo el ámbito empresarial, impulsada por la digitalización y la adopción de nuevas tecnologías, Esta evolución constante viene con restos notables en mantener una comunicación interna efectiva y, al mismo tiempo, la inversión en complemento involucrado a un nuevo entorno y forma de trabajo (Olarte et al., 2023) En el Perú, el uso de los sistemas de información, para el apoyo en la gestión comercial, supone una travesía de inversión, siendo para algunas empresas vista como gastos, más no como beneficio tangible en la agilidad en la toma de decisión, que esto puede dar soporte (Malpartida-Maíz et al., 2023).

El comercio “The Tropical Boutique”, ubicada en el Distrito de Juanjuí, provincia de Mariscal Cáceres y departamento de San Martín, por intermedio de una visita al recinto, una de las preocupaciones identificadas fueron las opiniones negativas por el aforo proporcionado por las instalaciones del local en acciones de pago y entrega de pedidos, aglomeración visible por la lentitud en la atención de pago y entrega de productos, esto, por la realización de acciones bajo anotaciones en materiales fungibles y acciones no estandarizados realizados por los trabajadores; es menester mencionar que, según Rivera e Higuera (2021) los sistemas de información, brindar un punto de inicio, para toda organización, en la estandarización de sus procesos, buscando la mejora continua y la simplificación de la misma; así como también suscribe Huerta-Riveros et al.(2020) la observación de los indicadores necesarios, facilita tomar medidas en acciones de la satisfacción de los clientes.

Las sensaciones obtenidas por el problema identificado dan inicio a opiniones no favorables para el crecimiento de la empresa. Otro de los efectos que provoca el problema identificado, es la pérdida de clientes, esto, por no satisfacer las expectativas, convirtiéndose en pérdida de ingreso en miras al cumplimiento de los objetivos tanto de infraestructura y expansión de la empresa; pudiéndose minimizar este efecto con el uso de un sistema de información que agilice las acciones en referencia.

El reflejo de las opiniones negativas, generadas por el problema identificado, recae como efecto en pérdida de la buena imagen de la empresa, siendo cada vez más difícil atraer a nuevos clientes y este a su vez forta-

lece a la competencia. En adición a los efectos mencionados, el uso de materiales fungibles adiciona gastos acumulables, pudiéndose minimizar este efecto con la aplicación de los sistemas de información capaz de brindar reportes oportunos según las necesidades requeridas. Por otro lado, los causantes del problema resaltan por la realización de acciones no ordenadas, más aún con un flujo constante y abrumador de clientes, tanto locales y regionales; observándose una variedad de acciones en el proceso de atención, provocando la desatención a los mismo; en adición a las pérdidas en las ventas por acciones no controladas.

Se tiene entonces una deficiente gestión comercial que involucra las actividades de seguimiento en facturación, almacén y entrega, de productos, que según, Govea Souza (2021), semblanza de la calidad, es la adecuación de los sistemas de información, esto con el fin del ordenamiento de los datos y la visibilidad de los reportes requerido.

Esta investigación, encuentra como limitante, la inexistencia de procedimientos definidos en sus actividades comerciales, siendo estos, necesarios para definir los requerimientos.

En la presente investigación se pretende Mejorar la calidad en la gestión comercial en la empresa “The Tropical Boutique”, mediante la implementación y uso de un sistema web que automatiza sus procesos.

Método

El desarrollo del sistema web para la empresa "The Tropical Boutique" se basó en el Proceso Unificado de Desarrollo (RUP),

12 un enfoque metodológico muy utilizado en ingeniería de software. Este método ayudó a garantizar que todas las fases del desarrollo se llevaran a cabo de manera ordenada y secuencial. Se prestó especial atención a las etapas de Análisis y Diseño.

24 RUP es adecuado tanto para proyectos pequeños como para proyectos grandes que duran meses o varios años (Barrientos, et al., 2022). En este caso, el uso de RUP se ha basado en la teoría de cada variable estudiada, y los resultados han sido beneficiosos para la empresa "The Tropical Boutique", especialmente en cuanto a la mejora de la calidad de su gestión comercial.

22 Para el desarrollo del software, se utilizó la plantilla AdminLTE 3 en el Front-end, ya que es conocida por el equipo de desarrollo. En el Back-end, se recurrió a la tecnología PHP versión 8.0, que ofrece extensibilidad, versatilidad y la capacidad de organizar el código en capas (Castillo y Coronel, 2023). Finalmente, se diseñó e implementó una base de datos utilizando MySQL Workbench V8.0, que permite editar, visualizar e inspeccionar tablas. Para las pruebas, se utilizó PhpMyAdmin V5.2.1, una herramienta de administración de MySQL a través de páginas web, que facilita la creación, eliminación, edición y ejecución de sentencias SQL.

4 El artículo presenta un diseño cuasi-experimental de pre y post test con un solo grupo. Este tipo de estudio implica aplicar un tratamiento y hacer una comparación antes y después de manipular la variable en un único grupo de sujetos (Zurita-Cruz, et al. 2018). Además, se considera un estudio correlacional, ya que, su objetivo es analizar la covarianza entre las variables. En este caso, se realizó un análisis para medir la

influencia de un sistema de información en la gestión comercial. Por su metodología, se trata de un estudio de caso, ya que no se generaliza a toda la población (Chachagua y Hnilitze 2021), y de comparación de medias, ya que se mide una sola variable antes y después de manipularla para conocer las diferencias significativas en el único grupo de estudio. Finalmente, es un estudio de corte longitudinal, ya que se observó al grupo y su cambio durante un periodo de tiempo determinado por el investigador.

Se aplicó un cuestionario basado en la propuesta de Sotelo (2016), adaptado para esta investigación en tres dimensiones: Comunicación con el Cliente, Enfoque al Cliente y Acciones Relacionadas con el Cliente. Las respuestas se registraron utilizando una escala de Likert del 1 al 5, donde 1 significa "muy insatisfecho" y 5 "muy satisfecho". Además, el instrumento pasó la prueba de confiabilidad con el coeficiente Alfa de Cronbach, obteniendo un valor de 0,97, lo que indica una alta consistencia interna de los elementos.

Para recopilar los datos necesarios para la investigación, se aplicó un cuestionario antes y después de la implementación del sistema de información, con el objetivo de obtener retroalimentación de los clientes recurrentes. El cuestionario consta de 11 preguntas y permite evaluar el estado de la gestión comercial de la empresa "The Tropical Boutique".

Después de recopilar los datos mediante la encuesta, las respuestas se registraron en una hoja de cálculo de Excel para organizar la información y luego se enviaron al software estadístico SPSS v25. En este programa, se realizó la prueba de hipótesis utilizando la prueba estadística de

593DP (2021) V. 4

Wilcoxon para muestras relacionadas, con el objetivo de comparar la variación entre el pre test y el post test, y determinar si existían diferencias significativas antes y después de la implementación del software.

La investigación se realizó en la empresa "The Tropical Boutique", ubicada en el departamento de San Martín, provincia de Mariscal Cáceres, y distrito de Juanjuí. La población participante estuvo formada por usuarios que realizan compras de manera periódica, es decir, aquellos que visitan más de 10 veces a la semana durante un mes. En total, se incluyeron 132 personas, con un rango de edad entre 18 y 65 años, excluyendo a los clientes menores de edad y a los visitantes que no cumplieran con este criterio. El margen de error se estableció en 5% y el nivel de confianza en 95%.

Resultados

Presentamos los hallazgos estadísticos obtenidos en la presente investigación.

En la Tabla 1, se evidencia la comparación entre la gestión comercial en el Pre-Test y el Post-Test evidencia un incremento significativo en la media. En el Pre-Test, la media (M) es de 21.99, mientras que en el Post-Test aumenta a 49.60, lo que refleja una mejora notable en este aspecto después de la intervención o evaluación realizada. En cuanto a la desviación estándar (DS), en el Pre-Test es de 2.93, lo que indica una mayor dispersión en las puntuaciones alrededor de la media. En el Post-Test, la desviación estándar disminuye a 1.68, lo que sugiere que las puntuaciones en esta etapa son más consistentes y menos variables. Esto puede interpretarse como una alineación más uniforme en el desempeño comercial después

de la implementación de las estrategias o cambios evaluados. En conjunto, los resultados resaltan no solo una mejora promedio en la gestión comercial, sino también una mayor uniformidad entre los participantes tras la intervención.

Tabla 1.
Estadístico descriptivo

	N	M	DS	Min	Max
Gestión comercial Pre-Test	132	21.99	2.93	15.00	29.00
Enfoque al cliente Pre-test	132	7.90	1.82	4.00	12.00
Acciones relacionadas con el cliente Pre-Test	132	10.18	1.76	6.00	14.00
Comunicación con el cliente Pre-Test	132	3.91	1.16	2.00	6.00
Gestión comercial Post-Test	132	49.60	1.68	46.00	54.00
Enfoque al cliente Post-test	132	18.08	1.09	16.00	20.00
Acciones relacionadas con el cliente Post-Test	132	22.48	1.01	20.00	25.00
Comunicación con el cliente Post-Test	132	9.04	0.75	8.00	10.00

Nota: N = total de la muestra, M = Media, DS = Desviación Estándar, Min = Mínimo, Max = Máximo

Para validar nuestra hipótesis, realizamos una prueba para verificar si los datos de nuestra variable de estudio y sus dimensiones se distribuyen de manera normal antes y después de la intervención. Utilizamos la prueba de normalidad de Kolmogorov-Smirnova, que es ideal para muestras mayores de 50 datos. Este proceso nos permitió verificar si nuestros datos se ajustan a una distribución normal.

La Tabla 2 presenta los hallazgos de la prueba de Kolmogorov-Smirnova. Los resultados indican que la variable de estudio "Calidad en la gestión comercial" y sus dimensiones no siguen una distribución normal, ya que el valor de p es menor o igual a 0.05. Este resultado sugiere que los datos no se distribuyen de manera uniforme, lo cual es

593DP (2021) V. 4

fundamental para ciertos análisis estadísticos. Por lo tanto, utilizaremos métodos estadísticos no paramétricos, que son más apropiados cuando los datos no siguen una distribución normal. En este caso, se empleará la prueba de Wilcoxon para muestras relacionadas.

Tabla 2

Prueba de normalidad

		Kolmogorov-Smirnov ^a		
		Estadístico	gl	Sig.
Gestión comercial Pre-Test		0.098	132	0.004
Enfoque al cliente Pre-test		0.130	132	0.000
Acciones relacionadas con el cliente Pre-Test		0.148	132	0.000
Comunicación con el cliente Pre-Test		0.183	132	0.000
Gestión comercial Post-Test		0.141	132	0.000
Enfoque al cliente Post-test		0.216	132	0.000
Acciones relacionadas con el cliente Post-Test		0.204	132	0.000
Comunicación con el cliente Post-Test		0.225	132	0.000

Después de realizar la prueba de normalidad nos muestra que los datos no tienen una distribución normal, se procedió a aplicar el estadístico Wilcoxon para muestras relacionadas.

Formulación de la hipótesis, H0: El uso de un sistema de información NO influye significativamente en la calidad de la gestión comercial en la empresa The Tropical Boutique. (Pre-test > Post-test); Ha: El uso de un sistema de información no influye significativamente en la calidad de la gestión comercial en la empresa The Tropical Boutique. (Pre-test < Post-test).

Nivel de significancia: $\alpha = 0.05$, Análisis de los rangos; la Tabla 3 presenta los rangos de la variable de estudio y sus dimensiones. A nivel general, se observa que no hay rangos negativos, lo que indica que la calidad en la gestión comercial es mayor en el post-test en comparación con el pre-test (Rangos positivos = 132). Además, no se registraron empates entre los participantes. Al analizar las dimensiones por separado, se encontraron rangos positivos en todas, lo que sugiere una mejora en la calidad en cada aspecto tras la implementación de la solución. Estos resultados refuerzan la conclusión de que no hubo rangos negativos ni en la variable global ni en sus dimensiones.

Tabla 2

Rangos

		N	Rango promedio	Suma de rangos
Gestión comercial Post-Test	Rangos negativos	0 ^a	0.00	0.00
Post-Test - Pre-test	Rangos positivos	132 ^b	66.50	8778.00
	Empates	0 ^c		
	Total	132		
Enfoque al cliente Post-test	Rangos negativos	0 ^d	0.00	0.00
Post-test - Pre-Test	Rangos positivos	132 ^e	66.50	8778.00
	Empates	0 ^f		
	Total	132		
Acciones relacionadas con el cliente Post-Test	Rangos negativos	0 ^g	0.00	0.00
Post-Test - Pre-Test	Rangos positivos	132 ^h	66.50	8778.00
	Empates	0 ⁱ		
	Total	132		
Comunicación con el cliente Post-Test	Rangos negativos	0 ^j	0.00	0.00
Post-Test - Pre-Test	Rangos positivos	132 ^k	66.50	8778.00
	Empates	0 ^l		
	Total	132		

Nota: a. Gestión comercial Post-Test < Gestión comercial Pre-Test

b. Gestión comercial Post-Test > Gestión comercial Pre-Test

593DP (2021) V. 4

- c. Gestion comercial Post-Test = Gestion comercial Pre-Test
- d. Enfoque al cliente Post-test < Enfoque al cliente Pre-test
- e. Enfoque al cliente Post-test > Enfoque al cliente Pre-test
- f. Enfoque al cliente Post-test = Enfoque al cliente Pre-test
- g. Acciones relacionados con el cliente Post-Test < Acciones relacionados con el cliente Pre-Test
- h. Acciones relacionados con el cliente Post-Test > Acciones relacionados con el cliente Pre-Test
- i. Acciones relacionados con el cliente Post-Test = Acciones relacionados con el cliente Pre-Test
- j. Comunicación con el cliente Post-Test < Comunicación con el cliente Pre-Test
- k. Comunicación con el cliente Post-Test > Comunicación con el cliente Pre-Test
- l. Comunicación con el cliente Post-Test = Comunicación con el cliente Pre-Test

Tabla 4.

Estadístico de prueba Wilcoxon.

	Gestión comer- cial Post- Test - Pre-test	Enfoque al cliente Post-test - Pre-Test	Acciones relaciona- das con el cliente Post-Test - Pre-Test	Comuni- cación con el cliente Post- Test - Pre-Test
Z	-9,980b	-9,998b	-9,995b	-10,024b
Sig. asintó- tica(bi- lateral)	0.000	0.000	0.000	0.000

Nota: a. Prueba de rangos con signo de Wilcoxon
b. Se basa en rangos negativos.

Toma de decisión: Con un valor de $p < 0,05$, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa. Bajo este marco, los hallazgos muestran que el valor $p = 0$ tanto en la variable general como en las dimensiones específicas, se concluye que con la implementación del sistema de información mejora significativamente la calidad en la gestión en la empresa “The Tropical Boutique”.

Discusión

A partir de los resultados encontrados, aceptamos la hipótesis alterna que establece que sistemas de información si influye

positivamente en la calidad de la gestión comercial. Además, esta investigación, concreta sus resultados en la confirmación de que las empresas que visionan el recurso de la tecnología de la información tienden a tener mejor rendimiento y beneficios en términos de cumplimiento de expectativas con el cliente. La atención medida en la cadena de ventas y atención, adicionando información oportuna de los recursos disponibles, son elementos indispensables para crear una experiencia o imagen positiva de la empresa, actividad reforzada con la investigación de Olarte-Pacco et al (2023) sobre relevancia de las tecnologías de la información y la interacción humana en la calidad del servicio.

La retroalimentación constante de los clientes y la capacitación continua del personal son fundamentales para optimizar la calidad del servicio. Las empresas que recopilan y analizan las opiniones de los clientes logran mejorar continuamente sus servicios. Asimismo, invertir en la formación de los empleados es crucial para gestionar situaciones complejas y superar las expectativas de los clientes, según (Huarcaya y Flores, 2023).

Se encuentra una relevante relación entre los sistemas de información y la comunicación con el cliente, soportada por la implementación de los medios digitales a razón de las consultas solicitadas, es menester adicionar que es necesario equilibrar la automatización con una comunicación efectiva entre la atención al cliente, ventas y entrega de los productos, como señala Romero et al, (2024), Integrar la tecnología con una comunicación efectiva es crucial para ofrecer un servicio eficiente.

Conclusiones

Se resalta la evidencia empírica en la implementación de un sistema de gestión comercial en la empresa “The Tropical Boutique”, visualizando la mejora en la satisfacción en la atención al cliente, todo esto, al automatizar acciones de propias del negocio facilitando el acceso a la información en el ordenamiento necesarios para sus consultas. Aquello, brinda la convicción en la importancia de que todos los centros de atención adopten tecnologías para optimizar sus procesos y mejorar la atención a los clientes.

El análisis de los datos resultantes define que la implementación del sistema indicado mejora la gestión comercial, mostrando una diferencia significativa entre el pretest y el post-test. Este resultado compone una contribución notable para la implementación de sistemas similares en otros centros comerciales, exponiendo que los sistemas de información pueden corregir y mejorar la gestión, además de optimizar la eficacia y disponibilidad de la información.

En definitiva, es innegable que los avances tecnológicos y su aplicación en el ámbito comercial, están abarcando cada vez más acciones del ámbito laboral, por lo que la gestión acompañado de un sistema de apoyo se presenta como una propuesta para optimizar tanto los servicios al cliente externo como las acciones propias del negocio interna.

Referencias bibliográficas

Acevedo-Flores Jessica, Pulido Victor & Neyra-Rivera Carlos(2020). Tecnología para el control del COVID-19: Una revisión del caso peruano. Rev. Cuerpo Med. HNAAA. 13(4),.http://dx.doi.org/10.35434/rcmhnaaa.2020.134.789

Barrientos Rodríguez, Mario, Zacca González, Grisel, Castro Peraza, Marta, Álvarez Gainza, Delmis, Vidal Ledo, María, & Valdés Santiago, Damián. (2022). Metodología para el desarrollo del sistema Web para la gestión de los programas de maestría del Instituto “Pedro Kouri”. Revista Cubana de Informática Médica, 14(2), de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1684-18592022000200008&lng=es&tlng=es.

Castillo Yagual, Carlos Andrés, & Coronel Suárez, Marjorie Alexandra. (2023). Frameworks PHP basados en la arquitectura Modelo-Vista-Controlador para desarrollo de aplicaciones web. Revista Científica y Tecnológica UPSE (RCTU), 10(1), 70-78. <https://doi.org/10.26423/rctu.v10il.703>

Chachagua, María Rosa, & Hnilitze, Silvana Aixa. (2021). Universidad y TIC: estudio de caso de una experiencia educativa en Salta, Argentina, en contexto de pandemia. Contratexto, (36), 21-41..<https://doi.org/10.26439/contratexto2021.n036.5189>

Chiatchoua, Cesaire, & Lozano Arizmendi, María del Carmen. (2021). Mecanismos de ajuste y digitalización de las micro y pequeñas empresas ante el COVID-19 en México. Nova scientia, 13(spe).<https://doi.org/10.21640/ns.v13ie.2733>

Gallegos Macías, Marcos Ramón, Galarza López, Judith, & Almuiñas Rivero, José Luis. (2022). Los sistemas de información como sustento a la gestión de la calidad en las Instituciones de

593DP (2021) V. 4

- Educación Superior. Revista San Gregorio, 1(49), 137-149. <https://doi.org/10.36097/rsan.v0i49.1866>
- García-Madurga, Miguel Ángel, Grilló-Méndez, Ana Julia, & Morte-Nadal, Tamara. (2021). La adaptación de las empresas a la realidad COVID: una revisión sistemática. RETOS. Revista de Ciencias de la Administración y Economía, 11(21), 55-70. <https://doi.org/10.17163/ret.n21.2021.04>
- Govea Souza, José Antonio. (2021). Sistema de planificación de recursos empresariales (ERP) y su influencia en los procesos de negocio de empresas distribuidoras de productos de consumo masivo en Lima Metropolitana en el 2019. Industrial Data, 24(1), 201-217. <https://doi.org/10.15381/idata.v24i1.19831>
- Huarcaya, Viqui Vicente, & Flores Ticona, Wilber Eleazar. (2023). Calidad de servicio y fidelización de los clientes en tiempos de COVID-19 en el Grupo Médico “Señor de Huanca” Cusco, Perú-2021. Revista Impulso, 3(4), 57-72. <https://doi.org/10.59659/impulso.v.3i4.20>
- Huerta-Riveros, Patricia C., Gaete-Feres, Héctor G., & Pedraja-Rejas, Liliana M.. (2020). Dirección estratégica, sistema de información y calidad. El caso de una universidad estatal chilena. Información tecnológica, 31(2), 253-266. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642020000200253>
- Jiménez Arias, María Laura, Arce Gutiérrez, Susan, & Faith-Vargas, Margie. (2022). Cambios causados por la pandemia por COVID-19 en la estrategia de mercadeo digital en pymes Costa Rica. Innovar, 32(86), 75-87. <https://doi.org/10.15446/innovar.v32n86.104662>
- Malpartida-Maíz, Oralea, Román-Córdova, Vitian Sugey, & Salas-Canales, Hugo Jesús. (2023). Impacto del comercio electrónico en la gestión de ventas en el Emporio Comercial de Gamarra (Lima-Perú), 2021. Academo (Asunción), 10(2), 245-255. <https://doi.org/10.30545/academo.2023.jul-dic.9>
- Masaquiza-Moyolema, Jaime Rodolfo, Romero-Fernández, Ariel José, Fernández-Villacres, Gustavo Eduardo, & Acosta-Espinoza, Jorge Lenin. (2023). Sistemas de información para la gestión de recursos informáticos. Ingenium et Potentia. Revista Electrónica Multidisciplinaria de Ciencias Básicas, Ingeniería y Arquitectura, 5(9), 69-80. <https://doi.org/10.35381/i.p.v6i9.2619>
- Olarte-Pacco, Miguel Angel Demetrio, Flores Mayta, Derian Jhamyl, Rios Vera, Katty Jacqueline, Quispe Ambrocio, Abelardo David, & Seguil-Ormeño, Nilton Axel. (2023). Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) en la gestión empresarial: Un análisis cuantitativo. Comuni@cción, 14(4), 388-400. <https://doi.org/10.33595/2226-1478.14.4.899>
- Rivera Gutiérrez, E., & Higuera Zimbrón, A. (2021). Systematization Information to Ensure Educational Quality.

<https://doi.org/10.1590/SciELOPre-prints.2939>

Romero, José A., la Paz, Ariel, & García, Martha J.. (2024). Impacto de las herramientas tecnológicas en las ventas de empresas chilenas. *Información tecnológica*, 35(2), 11-22. <https://dx.doi.org/10.4067/s0718-07642024000200011>

Sánchez Sánchez, Marina Isabel, Meraz Ruiz, Lino, & Martínez Rodríguez, Rodolfo Alan. (2022). Factores que influyen en la adopción de sistemas de información en las micro, pequeñas y medianas empresas del vino del Valle de Guadalupe. *Ciencia ergo sum*, 29(1), e146. <https://doi.org/10.30878/ces.v29n1a2>

Sotelo Asef, Jesús Guillermo. (2016). Instrumento para medir la satisfacción de usuarios en base a la norma ISO 9001:2008. *RIDE. Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo*, 7(13), 607-620. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?scriptd=sci_arttext&pid=S2007-74672016000200607&lng=es&tlng=es.

Zurita-Cruz, Jessie Nallely, Márquez-González, Horacio, Miranda-Novales, Guadalupe, & Villasís-Keever, Miguel Ángel. (2018). Estudios experimentales: diseños de investigación para la evaluación de intervenciones en la clínica. *Revista alergia México*, 65(2), 178-186. <https://doi.org/10.29262/ram.v65i2.376>