



UNIVERSIDAD
PRIVADA
DEL NORTE

FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de Administración y Gestión Comercial

“USO DE LA TECNOLOGÍA EN LA GESTIÓN
COMERCIAL. Revisión sistemática”

Trabajo de investigación para optar al grado de:

Bachiller en Administración y Gestión Comercial

Autor:

Karol Anali Andrade Cruzado

Asesor:

Mg. Francisco Paredes León

Trujillo - Perú

2018

ACTA DE AUTORIZACIÓN PARA PRESENTACIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

El asesor Francisco Paredes León, Docente de la Universidad Privada del Norte, Facultad de Negocios, Carrera profesional de Administración y Gestión Comercial, ha realizado el seguimiento del proceso de formulación y desarrollo de la investigación del(los) estudiante(s):

- Karol Anali Andrade Cruzado

Por cuanto, **CONSIDERA** que el trabajo de investigación titulado: "Uso de la tecnología en la Gestión Comercial. Revisión Sistemática" para aspirar al grado de bachiller por la Universidad Privada del Norte, reúne las condiciones adecuadas, por lo cual **AUTORIZA** al(los) interesado(s) para su presentación.



Mg. Francisco Paredes León
Asesor

ACTA DE EVALUACIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

El Sr(a) Mg. Segundo Alonso Vichez Vera, ha procedido a realizar la evaluación del trabajo de investigación del (los) estudiante(s): Karol Anali Andrade Cruzado, para aspirar el grado de bachiller con el trabajo de investigación: "Uso de la tecnología en la Gestión Comercial Revisión Sistemática"

Luego de la revisión del trabajo en forma y contenido expresa:

Aprobado

Calificativo: () Excelente [18 -20]

Sobresaliente [15 - 17]

() Buena [13 - 14]

() Desaprobado



Mg. Segundo Alonso Vichez Vera
Evaluador

DEDICATORIA

A DIOS

Por darme la vida y guiar mis pasos.

Por ser mi ayuda en todo tiempo.

Por renovar mis fuerzas.

A MI MADRE

Por ser la mejor, por su apoyo incondicional.

Porque sin ella, esto no hubiese sido posible.

A MI PADRE

Porque, aunque físicamente ya no está, vive en mi corazón.

A MI FAMILIA

Por su paciencia y apoyo incondicional.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por darme vida, salud y sabiduría para cumplir este desafío, y poder culminar satisfactoriamente el proceso de aprendizaje en la carrera que me apasiona y que estoy segura me permitirá lograr muchas metas: Administración y Gestión Comercial. Asimismo, doy gracias a mis docentes, quienes con su empeño y dedicación me transmitieron no solo conocimientos, sino también su pasión por lo que hacen y me quedo con el mejor ejemplo de profesionales. Finalmente, agradezco a cada una de las personas que forman parte de mi entorno y que siempre me alentaron a continuar luchando por lograr mis sueños, a ustedes: compañeros, familia, amigos, vecinos ¡Muchas gracias!

TABLA DE CONTENIDO

ACTA DE AUTORIZACIÓN PARA PRESENTACIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	2
ACTA DE EVALUACIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN.....	3
DEDICATORIA.....	4
AGRADECIMIENTO.....	5
ÍNDICE DE TABLAS	7
ÍNDICE DE FIGURAS.....	8
RESUMEN	9
CAPÍTULO I INTRODUCCIÓN	10
CAPÍTULO II METODOLOGÍA.....	12
CAPÍTULO III RESULTADOS	13
CAPÍTULO IV DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES	17
REFERENCIAS.....	18
ANEXOS	21

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Formato de la tabla de clasificación de documentos	12
Tabla 2 Tipo de artículo	14
Tabla 3 Tipo de muestra	14
Tabla 4 Tipo de método de análisis.....	14
Tabla 5 Situación de los resultados.....	15

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: La falta de conocimiento obliga a los responsables de la toma de decisiones a confiar más en su intuición (LAVALLE, 2009).....	11
Figura 2: Resultados de la búsqueda de información	12
Figura 3: Procedimiento de selección de la unidad de análisis	13

RESUMEN

Las tecnologías han causado diversos impactos en la sociedad. La conjunción de fenómenos asociados a las nuevas formas de vida digital (uso masivo de internet, multimedia, movilidad, redes sociales, cloud computing, etc.) pone a disposición de las organizaciones un nuevo mundo de información de incalculable valor. De modo que para que las empresas subsistan, estas necesitan tomar decisiones inteligentes. El presente estudio analiza las investigaciones realizadas sobre el uso de la tecnología en la gestión comercial y tiene como objetivo principal determinar las principales tendencias tecnológicas y los impactos provocados con la adopción de ellas en la gestión del área comercial de las empresas en los últimos diez años. Para el análisis se hizo una revisión bibliográfica bajo el método de análisis de contenidos de una serie de investigaciones obtenidas de la base de datos EBSCO, tomando en consideración el periodo de tiempo de diez años como antigüedad. Los resultados obtenidos muestran que existen muchas tendencias desarrolladas en base a la tecnología en la gestión comercial, unas son utilizadas adecuadamente y otras, no. No obstante, los hallazgos encontrados indican que el tema requiere mayor investigación para su aplicación eficiente.

PALABRAS CLAVES: Tecnología, Tecnología de Información y Comunicación (TIC's), Gestión Comercial, Gestión Empresarial.

CAPÍTULO I INTRODUCCIÓN

Actualmente a nivel mundial las empresas tienen procesos que les permiten actualizar su grado tecnológico. Estos elementos de búsqueda y adquisición de nueva tecnología permiten que la empresa mejore, desarrolle y reemplace tanto la maquinaria como los métodos técnicos que se han mejorado en cuanto a calidad como en efectividad por otros. Igualmente, estos mecanismos impulsan el desarrollo y crecimiento de los diferentes sectores de la sociedad mediante el acceso al conocimiento y experiencia de los grupos de investigación, innovación y desarrollo.

Las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) son los hardwares, softwares, base de datos, telecomunicaciones, redes, Internet, personas y procedimientos para reunir, procesar, almacenar y distribuir datos e informaciones (Stair; Reynolds, 2010; O'brien, 2009). Contribuyendo con esa definición de TIC, Laudon y Laudon (2010) destacan la importancia de la interrelación entre esos recursos para que haya comunicación entre los procesos de negocios y de esta manera la empresa pueda alcanzar sus objetivos organizacionales.

En consideración de Bello (2014), quien afirma que, la conjunción de fenómenos asociados a las nuevas formas de vida digital (uso masivo de internet, multimedia, movilidad, redes sociales, cloud computing, etc.) pone a disposición de las organizaciones un nuevo mundo de información de incalculable valor.

Las organizaciones actuales no están lo suficientemente preparadas para enfrentarse con garantías a los retos de un mundo de sobreinformación. Así se desprende de un estudio realizado entre 225 empresas de todo el mundo, en el que más de un tercio de los líderes empresariales afirmaban tener dificultades significativas en lo relativo a la extracción de información relevante, en su análisis para detectar oportunidades y cuantificar riesgos y, en consecuencia, en predecir posibles escenarios futuros de actividad que les guíen en la toma de decisiones diaria (Lavalle, 2009).

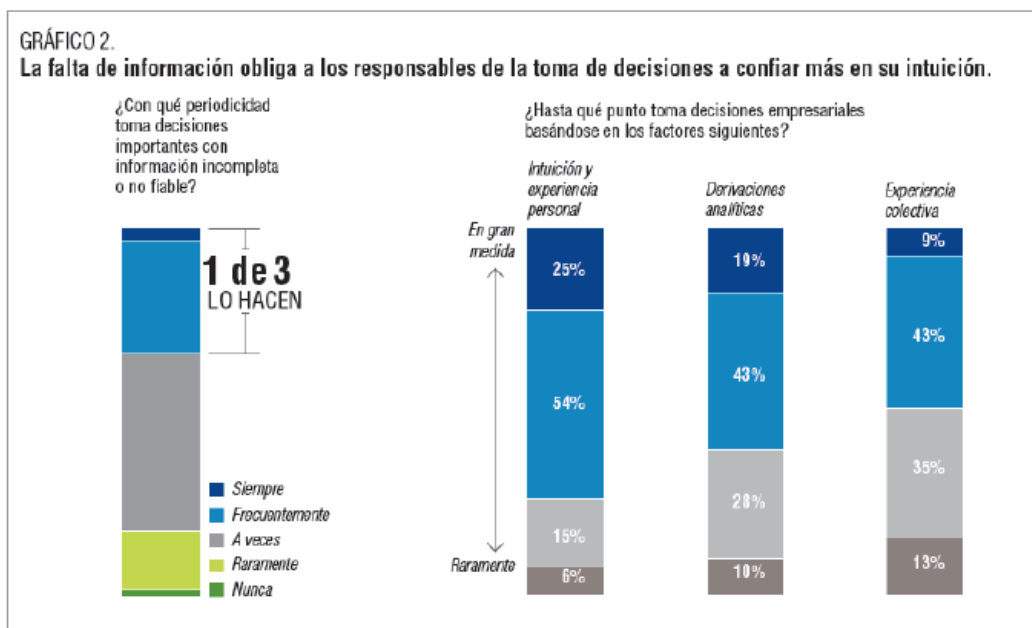


Figura 1: La falta de conocimiento obliga a los responsables de la toma de decisiones a confiar más en su intuición (LAVALLE, 2009)

En este sentido, es que surge el tema de esta investigación la cual se sintetiza en ¿qué se conoce sobre el uso de la tecnología en la gestión comercial en los últimos diez años?; si bien es cierto, con el pasar de los días la ciencia y la tecnología avanza y con ellas las empresas tienen a su alcance un sinnúmero de herramientas que contribuyen a que la gestión empresarial sea la adecuada para triunfar en un mundo cada vez más competitivo.

Al explorar estudios sobre el tema en investigación, resaltan los informes realizados por Colombia y Cuba, países que presentan gran cantidad de literatura científica sobre la tecnología y las TIC's aplicados en la gestión empresarial, así como en la gestión comercial. No obstante, es sumamente necesario el estudio profundo de ella para conocer las tendencias tecnológicas y los impactos provocados con la adopción de ellas en la gestión del área comercial de las empresas en los últimos diez años.

CAPÍTULO II METODOLOGÍA

Tipo de estudio

Se realizó la revisión sistemática de literatura científica, utilizado como metodología el análisis de contenidos (PT Higgins & Green, 2011). La pregunta de investigación para la realización del proceso metodológico fue la siguiente: ¿Qué se conoce sobre el uso de la tecnología en la gestión comercial en los últimos 10 años?

Fuentes de búsqueda de información

Para realizar la revisión sistemática en mención se utilizó la base de datos EBSCO, con una búsqueda avanzada tomando en cuenta filtros como: palabras clave [(“tecnología” AND (“gestión comercial”) AND (“gestión empresarial”), límites de tiempo (investigaciones entre 2008-2018), tipo de publicación (se consideró solo publicaciones académicas y revistas). A continuación, se detalla los resultados encontrados:

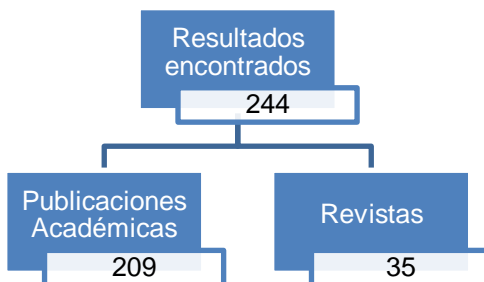


Figura 2: Resultados de la búsqueda de información

Los artículos se escogieron previa una visualización del tema en estudio y en consideración de la disponibilidad preexistente del documento. Como resultado se obtuvo 15 investigaciones de 4 países: España, Colombia, Cuba y Brasil.

Para la clasificación de los documentos se consideró una matriz que permitió recopilar los datos de mayor relevancia para el estudio

Tabla 1

Formato de la tabla de clasificación de documentos

Autor y año	Origen	Título	Objetivo	Muestra	Método de análisis	Resultados	Hallazgos

Síntesis de estudios para generar una revisión, propuesto por Merino (2011)

CAPÍTULO III RESULTADOS

Como se menciona líneas se identificó 244 artículos, de los cuales no se tuvo acceso de visualización en 200, por lo que fueron descartados. Luego, de 44 restantes se eliminaron 20, pues no incluían el tema de estudio (gestión comercial y/o gestión empresarial). Asimismo, se descartó 6 artículos más, debido a que el objetivo no estaba relacionado con la investigación. Finalmente, la unidad de análisis quedó conformada por 15 artículos científicos, tal como se muestra en la figura 3.

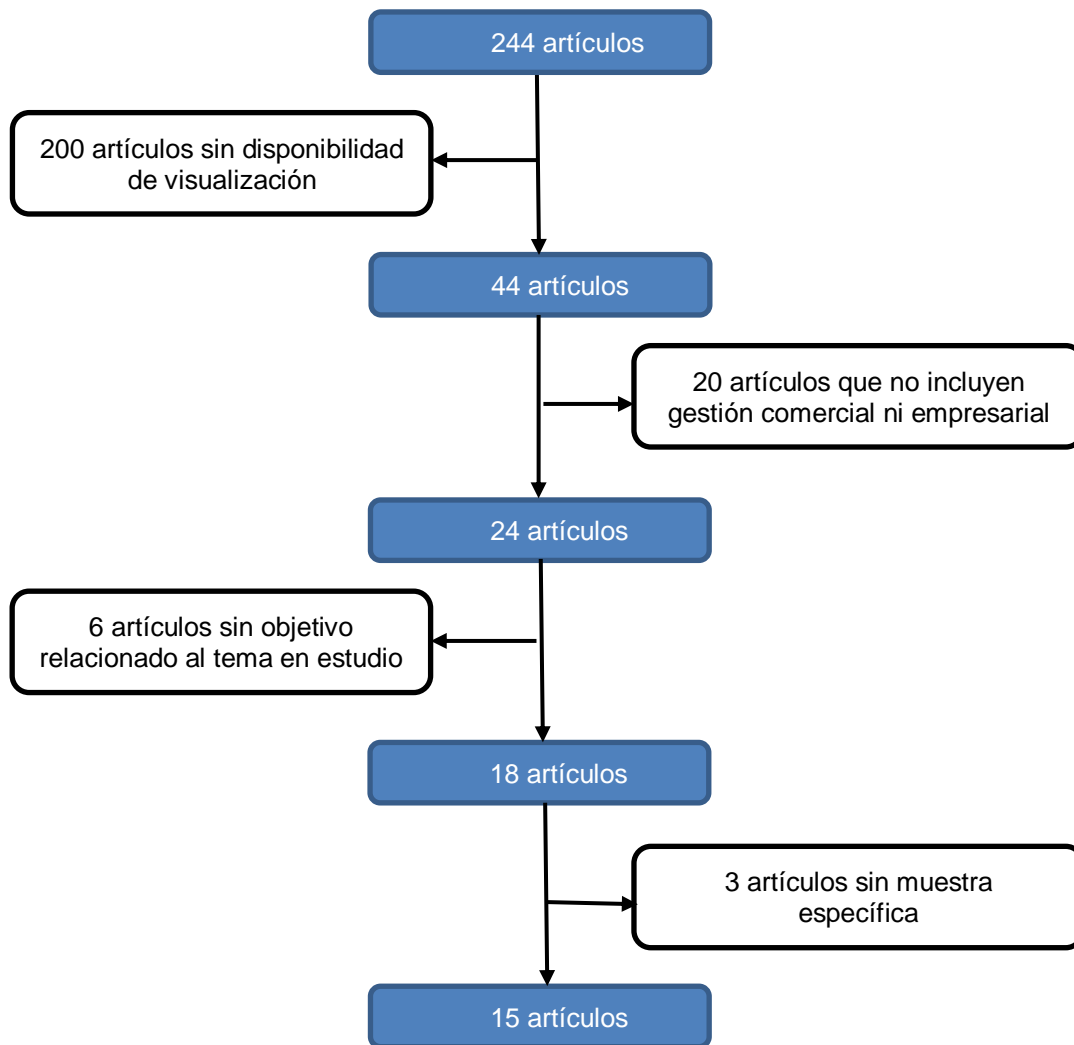


Figura 3: Procedimiento de selección de la unidad de análisis

Con la matriz 1, se pudo recopilar la información necesaria para realizar el análisis del estudio. (Ver Anexo 01)

Con la información recopilada se tiene que:

De los 15 artículos analizados, el 67% es un análisis específico del uso tecnológico en la gestión empresarial, este se realiza tanto en empresas públicas como privadas; mientras que, el 33% son propuestas realizadas para mejor uso de la tecnología en diferentes organizaciones.

Tabla 2

Tipo de artículo

Propuesta	Análisis
5	10
33%	67%

Fuente: Anexo 01 Matriz de síntesis de información

De la muestra tomada en cada una de las 15 publicaciones, se tiene que el 80% utiliza una muestra física en la organización en la que realizó el estudio; mientras que, el 20% toma como muestra las referencias bibliográficas que se tiene a disposición. Asimismo, estas últimas tienen hallazgos aplicables a un sin número de organizaciones.

Tabla 3

Tipo de muestra

Muestra física	Muestra bibliográfica
12	3
80%	20%

Fuente: Anexo 01 Matriz de síntesis de información

Asimismo, del método de análisis se tiene que de las 15 publicaciones se utilizaron en total 11 métodos, los cuales fueron tal como se muestran en la tabla 4. Es importante mencionar que en algunos casos se usó más de un método, por ello se genera repetición. No obstante, el método más usado fue la revisión bibliográfica, representando el 24%; seguido de la encuesta, con un 14%.

Tabla 4

Tipo de método de análisis

Método	Cantidad	%
Entrevista	2	10%
Encuesta	3	14%
Estudio de caso	1	5%
Aplicación	1	5%
Observación	2	10%
Procesamiento de documentos	1	5%

Revisión bibliográfica	5	24%
Revisión documental	2	10%
Análisis multivariante y correlacional	1	5%
Análisis de la problemática	1	5%
Metodología observacional y evaluativa con desarrollo tecnológico	2	10%
Total	11 métodos	

Fuente: Anexo 01 Matriz de síntesis de información

En cada uno de los resultados de las 15 publicaciones se obtiene que, en algunos casos estos son favorables en un 47%; mientras que, en el 53% de los estudios los resultados arrojan que el uso de la tecnología en la gestión comercial no es el adecuado, por lo que es desfavorable para la organización.

Tabla 5

Situación de los resultados

Favorable	Desfavorable
7	8
47%	53%

Fuente: Anexo 01 Matriz de síntesis de información

Finalmente, los hallazgos encontrados en el análisis de cada publicación son en un 87% favorables, y desfavorables en un 13%.

Necesidad actual y futura de adaptar los negocios y generar modelos que aprovechen las nuevas tecnologías y las hagan competitivas.

Desaprovechamiento de las tecnologías de la información.

Para el éxito del proceso de implementación de una tecnología se requiere del apoyo de la alta administración y la participación de los usuarios.

La tecnología favorece la obtención de los indicadores de desempeño que facilitan la gestión del negocio.

Se propone un modelo de medición de indicadores por dimensiones en el proceso SPA para evaluar la Gestión de la Tecnología.

La entidad tiene conocimiento de la importancia que reviste la GTI vinculada a la gestión integral de la misma, pero no existe una estrategia concreta, estructura para la gestión u otro modo de formalización para desarrollar acciones innovadoras.

Para revertir la situación se debe mostrar las ventajas que existen entre los servicios y los indicadores de gestión mediante el uso de las TIC.

Modelo para medir la transferencia tecnológica.

Elementos del Marketing Urbano útiles para localizar nuevas áreas comerciales.

Importancia del reconocimiento de las herramientas básicas en su labor tales como gestores comerciales.

Modernización de la infraestructura del entorno.

La inversión, aplicación, uso e impacto de las TICs dentro del ámbito empresarial imprimen la diferencia entre el éxito y el fracaso de las organizaciones.

Modelo de evaluación de GC para pymes TIC del Eje Cafetero

Las tecnologías de la información ofrecen multitud de oportunidades para avanzar hacia este nuevo paradigma de organización, potenciando cada una de las fases del ciclo tradicional de inteligencia con nuevas herramientas capaces de mejorar el rendimiento de las unidades responsables de planificar, obtener, analizar o difundir el conocimiento más relevante en cada situación.

Las potencialidades técnicas existentes en la actualidad no son explotadas suficientemente en la actividad comercial turística, a partir de un desconocimiento del "saber hacer" en la práctica real de los especialistas comerciales y de quienes dirigen esta actividad.

El Sistema integral de gestión comercial para el FCBC de Granma cumple con todas las funcionalidades requeridas por el usuario.

Modelo de gestión para la transferencia de tecnología de tipo comercial, que puede contribuir a perfeccionar los vínculos entre la sociedad y el entorno científico, mediante una relación más creativa y eficaz.

En síntesis, el estudio realizado permite concluir en que existen muchas tendencias en el uso de la tecnología en la gestión comercial en las organizaciones; que si bien, unas las utilizan apropiadamente, y otras no, pero que están siendo estudiadas y propuestas en muchos trabajos de investigación.

CAPÍTULO IV DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

La búsqueda de los artículos de análisis se realizó en una delimitación de tiempo de 10 años; no obstante, se recopiló publicaciones entre 2010-2017, encontrándose 15 artículos con los que se pudo realizar la revisión sistemática, los cuales han sido tomados de autores de: Colombia, Cuba, España y Brasil. Ello hace necesario ampliar en futuros estudios el periodo de búsqueda para conocer con mayor alcance lo investigado en el tema, tanto en la investigación como tal, así como en los límites geográficos, puesto que para ser un tema que afecta a organizaciones en el mundo en su totalidad, dada la globalización, existe muy poco material publicado por otros países (incluso Perú).

Conclusiones

En síntesis, el estudio realizado permite concluir en que existen siete tendencias para el uso de la tecnología en la gestión comercial en las organizaciones. Aunque, unas las utilizan apropiadamente otras no lo hacen, y están siendo estudiadas y propuestas en muchos trabajos de investigación. Las tendencias identificadas son las siguientes:

- Los impactos del Business Intelligence en la Gestión del Área comercial.
- Modelo de Comercio Electrónico para la interacción de los eslabones de la cadena de abastecimiento del sector textil en Bogotá Colombia.
- Contribución del marketing a la gestión comercial en un centro urbano desde un enfoque de desarrollo sostenible.
- La integración de las tecnologías de información y comunicación en la gestión empresarial
- Aplicación de las tecnologías de la información (TI) a la mejora de la inteligencia en las organizaciones.
- Sistema de gestión comercial para el fondo cubano de bienes culturales.
- La Gestión Comercial en las entidades de ciencia e innovación tecnológica.

Asimismo, es importante mencionar también que, si bien el método de análisis en cada investigación dependerá del objetivo con el que se realice el estudio, ello se reflejará en el resultado de la investigación, bien sea una propuesta o un análisis específico, y la intención de direccionar a las empresas hacia una organización más inteligente. El resultado es una organización más atenta a todos los factores que condicionan su actividad, con mayor vinculación entre la organización como ente y las partes de que se compone (empleados, clientes, partners, proveedores, etc.); una organización más inquisitiva y precisa en la generación de inferencias y conocimiento de valor para su óptimo funcionamiento. Un mejor conocimiento que permite a sus individuos una mejor toma de decisiones en su ámbito de responsabilidad, haciéndola así más reforzada ante posibles amenazas y con mayor capacidad de anticipación a la hora de detectar de forma temprana las mejores oportunidades (Bello, 2013).

REFERENCIAS

- Anicet, B.; Caudales, E.; Suárez, O. (2014). Gestión Actual de la Tecnología y la Innovación en la Agencia de Viajes Cubanacán Varadero. En Revista Retos Turísticos, 13 Issue 1, p34-45. 12p. Recuperado de <http://bibliovirtual.upn.edu.pe:2073/eds/detail/detail?vid=5&sid=f92ba089-9fbf-4f77-bc84-ce97d8c41d17%40sessionmgr101&bdata=Jmxhbmc9ZXMmc2l0ZT1lZHMtbGl2ZQ%3d%3d#AN=108759110&db=fua>
- Barreto, P.; Arias, P. (2017). Procesos de gestión del Banco Agrario de Colombia y su influencia en la modernización del productor agropecuario. En Revista Encuentros. Jul-dic2017, Vol. 15 Issue 2, p59-82. 24p. Recuperado de <http://bibliovirtual.upn.edu.pe:2073/eds/detail/detail?vid=14&sid=f92ba089-9fbf-4f77-bc84-ce97d8c41d17%40sessionmgr101&bdata=Jmxhbmc9ZXMmc2l0ZT1lZHMtbGl2ZQ%3d%3d#AN=124837831&db=fua>
- Bello, J. (2013). Aplicación de las tecnologías de la información (TI) a la mejora de la inteligencia en las organizaciones. En *Revista de Análisis y Prospectiva*, 2014 Issue 15, p45-76. 32p. Recuperado de <http://eds.a.ebscohost.com/eds/detail/detail?vid=0&sid=cf9cab28-eaf7-4aa0-8012-3b51e81159fc%40sessionmgr4007&bdata=Jmxhbmc9ZXMmc2l0ZT1lZHMtbGl2ZQ%3d%3d#AN=100030811&db=fua>
- Bello, J. (2013). Aplicación de las tecnologías de la información (TI) a la mejora de la inteligencia en las organizaciones. En *Revista de Análisis y Prospectiva*, 2014 Issue 15, p45-76. 51p. Recuperado de <http://eds.a.ebscohost.com/eds/detail/detail?vid=0&sid=cf9cab28-eaf7-4aa0-8012-3b51e81159fc%40sessionmgr4007&bdata=Jmxhbmc9ZXMmc2l0ZT1lZHMtbGl2ZQ%3d%3d#AN=100030811&db=fua>
- Conde, R.; Tristán, J.; Castellanos, G.; Hernández, N. (2010). La Gestión Comercial en las entidades de ciencia e innovación tecnológica. En *Ciencia en su PC*. 2010, Issue 2, p17-30. 14p. 5. Recuperado de <http://bibliovirtual.upn.edu.pe:2073/eds/detail/detail?vid=30&sid=f92ba089-9fbf-4f77-bc84-ce97d8c41d17%40sessionmgr101&bdata=Jmxhbmc9ZXMmc2l0ZT1lZHMtbGl2ZQ%3d%3d#AN=65315553&db=fua>
- Cortes, J., Páez, J. y Lozano, J. (2016). La aplicación de las TIC en los sistemas de gestión de las PyME del sector portuario. *Revista Redes de Ingeniería*. 7(1), 24-40. Doi: 10.14483/udistrital.jour.redes.2016.1.a05

- Cruz, L. (2014). Algunas consideraciones sobre la utilización de herramientas digitales en la comercialización hotelera en el destino turístico de Varadero. En *Retos Turísticos*. Jan2014, Vol. 13 Issue 1, p23-33. 11p. Recuperado de <http://bibliovirtual.upn.edu.pe:2073/eds/detail/detail?vid=20&sid=f92ba089-9fbf-4f77-bc84-ce97d8c41d17%40sessionmgr101&bdata=Jmxhbm9ZXMmc2l0ZT1lZHMtbGI2ZQ%3d%3d#AN=108759109&db=fua>
- Díaz, D.; Tarazona, G.; Vergara, P. (2012). Modelo de Comercio Electrónico para la interacción de los eslabones de la cadena de abastecimiento del sector textil en Bogotá Colombia. En *Revista Ingenierías Universidad de Medellín*. Recuperado de <http://www.scielo.org.co/pdf/rium/v12n23/v12n23a11.pdf>
- Díaz, M. (2011). Reflexiones sobre el desarrollo de las nuevas tecnologías en la organización y representación de la información. En *Ciencias de la Información*. ene-abr2011, Vol. 42 Issue 1, p53-57. 5p. Recuperado de <http://bibliovirtual.upn.edu.pe:2073/eds/detail/detail?vid=11&sid=f92ba089-9fbf-4f77-bc84-ce97d8c41d17%40sessionmgr101&bdata=Jmxhbm9ZXMmc2l0ZT1lZHMtbGI2ZQ%3d%3d#AN=100700579&db=lih>
- Estrada, J.; León, R. (2013). La integración de las tecnologías de información y comunicación en la gestión empresarial. En *Revista Santiago*, Santiago. Sept-Dec, 2013, Issue 132, p634, 13 p. Recuperado de <http://bibliovirtual.upn.edu.pe:2073/eds/detail/detail?vid=16&sid=f92ba089-9fbf-4f77-bc84-ce97d8c41d17%40sessionmgr101&bdata=Jmxhbm9ZXMmc2l0ZT1lZHMtbGI2ZQ%3d%3d#AN=edsgcl.448032016&db=edsgii>
- Fernandes, C.; Lopes, J.; Ribeiro, S. (2013). Los impactos del Business Intelligence en la Gestión del Área comercial de empresa del Sector de Comunicación de Minas Gerais: un estudio de caso. En *Revista Ciencias de la Información*, 44(3), pp3-12. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=181430078006>
- Jiménez, B.; Odio, Y.; Suárez, R. (2014). Gestión de La Tecnología y la Innovación en el Spa del Hotel Sandals. En *Revista Retos Turísticos*, 2(1). Recuperado de <http://bibliovirtual.upn.edu.pe:2073/eds/pdfviewer/pdfviewer?vid=3&sid=f92ba089-9fbf-4f77-bc84-ce97d8c41d17%40sessionmgr101>
- Laudon, Kenneth C., Laudon, Jane P. (2010). *Sistemas de informações gerenciais*, 9ª edición, 428 páginas. Prentice Hall, São Paulo, Brasil.
- Lavalle, Steve [En línea] (2009). «Business Analytics and Optimization for the Intelligent Enterprise». *IBM Institute for Business Value*, junio 2009; URL:<http://www01.ibm.com/common/ssi/cgibin/ssialias?infotype=PM&subtype=XB&appna>

me=GBSE1_GB_TI_USEN&htmlfid=GBE03211USEN&attachment=GBE03211USEN.PDF
[Consultado: 25/1/2018].

- Marulanda, C.; Giraldo, J.; Serna, H. (2016). Modelo de evaluación de gestión del conocimiento para las pymes del sector de tecnologías de la información. En *Ad-minister*. ene-jun2015, Issue 26, p17-39. 23p. Recuperado de <http://bibliovirtual.upn.edu.pe:2073/eds/detail/detail?vid=18&sid=f92ba089-9fbf-4f77-bc84-ce97d8c41d17%40sessionmgr101&bdata=Jmxhbm9ZXMmc2l0ZT1lZHMtbGl2ZQ%3d%3d#AN=108927595&db=bth>
- Merino, A. (2011). Cómo escribir documentos científicos (Parte 3). Artículo de revisión. *Salud en Tabasco*, vol. 17, núm. 1-2, enero-agosto, 2011, pp. 36-40. Secretaría de Salud del Estado de Tabasco. Villahermosa, México
- Pancorbo, J.; Zamora, J.; Yela, R.; Gracia, Y. (2013). Contribución del marketing a la gestión comercial en un centro urbano desde un enfoque de desarrollo sostenible. *Jan2013*, Vol. 12 Issue 1, p36-47. 12p. Recuperado de <http://bibliovirtual.upn.edu.pe:2073/eds/detail/detail?vid=9&sid=f92ba089-9fbf-4f77-bc84-ce97d8c41d17%40sessionmgr101&bdata=Jmxhbm9ZXMmc2l0ZT1lZHMtbGl2ZQ%3d%3d#AN=108725601&db=a9h>
- PT Higgins, J., & Green, S. (2011). *Manual Cochrane de revisiones sistemáticas de intervenciones*. The Cochrane Collaboration.
- Stair, Ralph M., Reynolds, George W. (2010). *Princípios de sistemas de informação: uma abordagem gerencial*, 9ª edición, 590 páginas. Cengage, São Paulo, Brasil.
- Valdespino, C. (2015). Sistema de gestión comercial para el fondo cubano de bienes culturales. En *3C TIC*. sep-dic2015, Vol. 4 Issue 3, p210-221. 12p. Recuperado de <http://bibliovirtual.upn.edu.pe:2073/eds/detail/detail?vid=28&sid=f92ba089-9fbf-4f77-bc84-ce97d8c41d17%40sessionmgr101&bdata=Jmxhbm9ZXMmc2l0ZT1lZHMtbGl2ZQ%3d%3d#AN=110089173&db=iuh>
- Velásquez, J.; Gallego, A. (2016). Propuesta metodológica para medir el grado de transferencia tecnológica en la mediana empresa del sector de plásticos en la ciudad de Bogotá D. C. En *Revista Electrónica Redes de Ingeniería*. ene-jun2017 edicion especial, p208-216. 9p. Recuperado de <http://bibliovirtual.upn.edu.pe:2073/eds/detail/detail?vid=7&sid=f92ba089-9fbf-4f77-bc84-ce97d8c41d17%40sessionmgr101&bdata=Jmxhbm9ZXMmc2l0ZT1lZHMtbGl2ZQ%3d%3d#AN=125534789&db=fua>

ANEXOS

ANEXO 01: Matriz de síntesis de información