

Recibido: 25/abril/2025 Aceptado: 15/julio/2025

Sistemas de información gerencial y el desarrollo comercial de las organizaciones que las implementan (Revisión)

Management information systems and the commercial development of the organizations that implement them (Review)

Digna Noemí Paredes Pincay. *Profesional en formación de la carrera Administración de Empresas, Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Estatal del Sur de Manabí, Jipijapa-Ecuador.* [paredes-digna0349@unesum.edu.ec] [<https://orcid.org/0009-0008-7101-0552>]

Jennifer Isabel Cevallos Valeriano. *Profesional en formación de la carrera Administración de Empresas, Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Estatal del Sur de Manabí, Jipijapa-Ecuador.* [cevallos-jennifer6134@unesum.edu.ec] [<https://orcid.org/0009-0004-5103-3862>]

Yesenia Jamileth García Palma. *Profesional en formación de la carrera Administración de Empresas, Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Estatal del Sur de Manabí, Jipijapa-Ecuador.* [Garcia-yesenia3324@unesum.edu.ec] [<https://orcid.org/0009-0003-1043-2472>]

Xavier Enrique Soledispa Rodríguez. *Docente de la carrera Administración de Empresas, Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Estatal del Sur de Manabí, Jipijapa-Ecuador.* [xavier.soledispa@unesum.edu.ec] [<https://orcid.org/0000-0001-8754-9159>]

Resumen

En el mundo empresarial actual, las organizaciones son conscientes de que necesitan herramientas para optimizar sus procesos, tomar decisiones acertadas y lograr un crecimiento sostenible. En este contexto, los sistemas de información gerencial se han vuelto esenciales para la gestión dentro de las empresas. Sin embargo, el desarrollo comercial es clave, ya que se centra en identificar y aprovechar nuevas oportunidades, expandir mercados y fortalecer relaciones comerciales; este proceso integra el análisis de mercado, la gestión de relaciones con los clientes y la creación de alianzas estratégicas que han permitido a muchas empresas desarrollarse. A pesar de esto, muchas organizaciones aún enfrentan desafíos al implementar estos sistemas, lo que limita su capacidad de crecimiento. El objetivo de este análisis es examinar cómo los sistemas de información influyen en el desarrollo comercial de las organizaciones que los adoptan. La metodología empleada es bibliográfica y analítica, basada en la revisión de documentos científicos. Los resultados indican que los sistemas de información gerencial son un gran apoyo para mejorar la eficiencia, eficacia y efectividad organizacional. Además, su



implementación facilita la toma de decisiones estratégicas, reduce costos y mejora el rendimiento comercial. En conclusión, son herramientas que fortalecen significativamente el comercio de las organizaciones, siempre que se utilicen en un marco que promueva la transformación digital y la innovación.

Palabras clave: toma de decisiones; innovación organizacional; gestión estratégica; comercio

Abstract

In today's business world, organizations are aware that they need tools to optimize their processes, make sound decisions, and achieve sustainable growth. In this context, management information systems have become essential for management within companies. However, business development is essential, as it focuses on identifying and capitalizing on new opportunities, expanding markets, and strengthening business relationships. This process integrates market analysis, customer relationship management, and the creation of strategic alliances that have enabled many companies to thrive. Despite this, many organizations still face challenges in implementing these systems, which limits their growing capacity. The objective of this analysis is to examine how information systems influence business development of organizations that adopt them. The methodology employed is bibliographic and analytical, based on a review of scientific documents. The results indicate that management information systems are a significant support for improving organizational efficiency, effectiveness, and efficacy. Furthermore, their implementation facilitates strategic decision-making, reduces costs, and improves business performance. In conclusion, these are tools that significantly strengthen organizations' commerce, provided they are used within a framework that promotes digital transformation and innovation.

Keywords: decision-making; organizational innovation; strategic management; commerce

Introducción

En la actualidad, el entorno global en el que se encuentran las organizaciones está marcado por un ambiente de negocios de creciente competitividad y en continua transformación, debido a la digitalización y la automatización de procesos. En este sentido, los sistemas de información gerencial (SIG) se han convertido en la herramienta clave para la toma de decisiones estratégicas a nivel internacional, posibilitando la integración de datos y la optimización de recursos en diversos sectores de la industria (Rodríguez, 2023).



Las organizaciones necesitan adoptar enfoques innovadores para crecer y seguir siendo relevantes, el desarrollo comercial se presenta como una herramienta fundamental para impulsar ese crecimiento, ya que ayuda a identificar oportunidades de negocio, formar alianzas estratégicas y mejorar la relación con los clientes. A diferencia del área de ventas, que se enfoca en la transacción directa, el desarrollo comercial tiene un enfoque más amplio y estratégico, que incluye la planificación a largo plazo y el análisis del entorno empresarial.

En este sentido, la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE, citado por Cuadrado, 2021) estima que más del 70% de las empresas que han incorporado tecnologías de información avanzadas han comprobado mejoras importantes en su desarrollo comercial y en su capacidad de respuesta al mercado. A nivel nacional, los cambios tecnológicos han fomentado la modernización de las organizaciones; en particular, en sectores como el comercio y los servicios, donde los SIG han traído consigo mejoras en la eficiencia y la gestión comercial. Según estudios realizados en la región latinoamericana, se ha registrado un crecimiento de hasta un 45% en la adopción de sistemas de información gerencial en medianas y grandes organizaciones, logrando así mejoras en los indicadores de productividad y rentabilidad (Ortiz, 2024).

No obstante, a nivel local muchas organizaciones tienen serias dificultades para implementar correctamente los sistemas de información de dirección, disminuyendo así su capacidad para potenciar el desarrollo mercantil, por lo que surge la siguiente interrogante: ¿Qué relación existe entre la implementación de los sistemas de información gerencial y el crecimiento y la competitividad de las organizaciones en entornos concretos locales?

Para atender a la interrogante se busca analizar la influencia de los sistemas de información en el desarrollo mercantil de las organizaciones que los implementan, a través de los siguientes objetivos:

- Identificar los sistemas de información gerencial más exitosos para el desarrollo comercial de una organización.
- Determinar el grado de eficiencia, eficacia y efectividad que generan los sistemas de información gerencial en una organización.
- Establecer la relación entre la implementación de los sistemas de información gerencial y desarrollo comercial de la organización.



La investigación fue llevada a cabo atendiendo a una metodología bibliográfica y analítica, basada en la revisión sistemática de literatura científica. Se usó un enfoque cualitativo por medio de la recogida, selección y análisis crítico de artículos científicos, reportes e información relevante sobre sistemas de información gerencial y el impacto de estos en el desarrollo comercial de las organizaciones.

Se aplicó la técnica de revisión documental, sirviéndose de instrumentos como matrices de registro y fichas de resumen para sistematizar la información relevante de cada documento, tales como objetivos, metodología, resultados y conclusiones. La búsqueda tuvo lugar en plataformas como Google Académico, Scielo y repositorios institucionales, garantizando la incorporación de trabajos bajo el régimen de acceso abierto y con validez científica.

Los datos obtenidos fueron analizados mediante el proceso de síntesis temática y análisis comparativo, en el que se identifican patrones, tendencias y las relaciones entre algunas de las variables asociadas a la eficiencia, eficacia y desarrollo comercial que pueden generarse a partir del uso de los SIG; también se especifican estadísticas descriptivas para enmarcar la utilización y la adopción de este tipo de tecnología en el seno de la empresa.

Desarrollo

Los SIG son herramientas tecnológicas que permiten recoger, procesar, almacenar y distribuir información que facilita la toma de decisiones en las organizaciones. Por medio de los sistemas de información gerencial se integran los datos operacionales con la información estratégica para ayudar a los gerentes a planear, controlar y evaluar los procesos de la empresa (Rodríguez, 2023). Su evolución ha estado determinada por el avance de las tecnologías y de las necesidades organizacionales, desde los sistemas simples de datos operacionales implementados en diferentes áreas hasta los SIG actuales que integran la inteligencia artificial y el Big Data, constituyendo un cambio radical en el modo de gestionar las empresas (Zambrano, 2024).

Diversos autores han abordado el desarrollo comercial desde distintas perspectivas. Según Ramírez et al. (2021) este proceso implica crear e implementar estrategias para llegar a nuevos mercados y clientes potenciales, con el objetivo de incrementar el valor para la empresa. Por otro lado, Manobanda et al. (2025), subrayan la importancia de fusionar el desarrollo comercial con la inteligencia de mercado, lo que permite anticiparse a los cambios en las preferencias del consumidor y adaptarse con agilidad.



Además, González (2024) indica que el desarrollo comercial combina aspectos del marketing estratégico, ventas y gestión de relaciones, funcionando como un nexo entre las oportunidades externas y las capacidades internas de la empresa. Estudios recientes también destacan la importancia de las tecnologías digitales en el desarrollo comercial, especialmente en la identificación y seguimiento de clientes potenciales.

Hoy en día los SIG ya no solo permiten almacenar información sino ofrecer información con análisis predictivos y de soporte en tiempo real, logrando aportar a la eficiencia y competitividad de las organizaciones (Posada et al., 2023). La implementación de los sistemas de información gerencial en el proceso empresarial actual es clave para la automatización y digitalización de procesos, permitiendo adaptarse a los mercados dinámicos y globalizados (Manzano, 2025). De esta manera, constituyen un pilar fundamental en la sostenibilidad y en una estrategia comercial.

Tipos de SIG en las organizaciones

Los SIG presentan varias funciones fundamentales en las organizaciones, entre ellas se encuentran la obtención, tratamiento, almacenamiento y distribución de la información necesaria para la gestión (Rodríguez, 2023). Asimismo, permiten el acceso e integración de la información de áreas distintas, de ahí su proyección hacia la coordinación y el control de las actividades empresariales. Por otro lado, Campos (2022) manifiesta que los SIG pueden ser clasificados de acuerdo a su alcance y función, clasificándolos en sistemas de procesamiento de transacciones, sistemas de información gerencial en sentido estricto, sistemas de soporte para la decisión o los sistemas de información ejecutiva. Cada tipo de sistema se orienta a la atención de uno u otro nivel de la organización, de forma que la operativa la atenderá el sistema de procesamiento de transacciones hasta llegar a la alta dirección con los sistemas de información ejecutiva, acorde con las necesidades de cada nivel.

La adecuada elección de esos sistemas tiene una directa influencia sobre la eficiencia y la eficacia de la gestión (Ayasta, 2025). Además, la implementación de SIG permite reducir costos y optimizar procesos, lo que contribuye, respectivamente, al desarrollo comercial (Machuca & Rojas, 2023). En ese sentido, los SIG se muestran como sistemas integrales en el marco de mejora continua y competitividad organizacional.



Gráfico 1. Tipos de sistemas de información gerencial en las organizaciones



Fuente: Elaboración propia.

Efecto SIG en la toma de decisiones organizacionales

Los SIG deben ser considerados como un factor que permite mejorar la toma de decisiones en el seno de las organizaciones, puesto que proporcionan información en el momento adecuado, exacta y relevante (Rodríguez, 2023). Estos sistemas permiten la eficiencia, eficacia y efectividad en la gestión porque integran datos operativos con los estratégicos y, por ende, dan soporte a los directivos para que puedan evaluar distintos escenarios y prever riesgos (Triana, 2021).

Para Vargas (2025), el correcto uso de los SIG garantiza una toma de decisiones con mayor satisfacción si se tiene en cuenta que se previene, en gran medida, la incertidumbre y se permite una mejor capacidad de respuesta ante los cambios del mercado. Los procesos de toma de decisiones están soportados por el análisis y la automatización, que se basan incluso en tecnologías como Big Data e IA, pero que proporcionan el soporte al proceso de toma de decisiones y a la competitividad en las organizaciones (Rojas, 2024). En el caso del país y del mundo, las organizaciones que usan estos sistemas informáticos pueden reportar mejoras en su desarrollo comercial y mejora en la productividad, ya que hay una relación positiva entre la calidad de la información en la organización y su éxito (Najar, 2024).



Vínculo entre SIG y desarrollo comercial

La aplicación de los SIG ha quedado alineada como un elemento determinante para el desarrollo comercial de las organizaciones, logrando una mayor interrelación de procesos, así como la optimización de recursos. De este modo, permiten a las organizaciones y empresas un mejor manejo de la información que tiene que ver con el cliente, así como ventas y operaciones, que las vuelve más reactivas frente a lo que pide el mercado, permitiendo mejorar en competitividad (Chilán, 2025). Incluso, los hallazgos de investigación muestran cómo las organizaciones que utilizan los SIG presentan aumentos en sus indicadores comerciales, como ventas incrementadas o participación en el mercado (Rodriguez, 2023).

La digitalización y la automatización de procesos que se llevan a cabo a través de los SIG contribuyen a minimizar los costos operativos de la organización en cuestión y a mejorar la calidad del servicio que ofrecen, los cuales son relevantes para que la empresa pueda alcanzar un desarrollo comercial sostenible (Veintimilla, 2023). Al mismo tiempo, el uso de las nuevas tecnologías, como bien podría ser la inteligencia artificial, proporciona posibilidades de análisis para los sistemas de información gerencial como para poder suponer tendencias comerciales, y ajustar las presiones comerciales más explícitamente (Bazaldua, 2024). De este modo, el número de SIG y desarrollo comercial están bastante vinculados y se reflejan mutuamente, y es precisamente esto lo que será decisivo para el éxito organizacional.

Factores que influyen en la implementación de SIG

En el ámbito organizativo, el compromiso de la alta dirección en la puesta en marcha de dicha herramienta tecnológica, la capacitación que se da al personal o el uso de una cultura que favorezca el cambio estratégico puede hacer más sencilla y efectiva la adopción de un SIG. Por el otro lado, hay que tener en cuenta que la resistencia al cambio y la falta de formación del personal son barreras que dificultan el aprovechamiento de la función soporte de la tecnología de la información. En este sentido, la gestión del proyecto -salvo excepciones- se considera una etapa clave que favorece la reducción de riesgos e impulsa que los sistemas de información de gestión sirvan para cumplir los objetivos estratégicos que plantea el sistema directivo.

En países en desarrollo, como puede ser el caso de la mayoría de los países latinoamericanos, estas barreras se vuelven más intensas, puesto que en esas situaciones de carácter organizativo destaca también la falta de presupuesto e infraestructura, lo cual afecta el impacto comercial que puede llegar a tener un Sistema de Información de Gestión. Por esta



razón, identificar y configurar para minimizar estos factores en la integración de los sistemas de información gerencial parece ser un hecho determinante para favorecer el éxito en la implementación de SIG (Trujillo, 2025).

Apporte de SIG a la transformación digital

Los SIG están sometidos a una rápida evolución debido a determinadas tendencias tecnológicas tales como la inteligencia artificial (IA), el Big Data, la analítica avanzada y la automatización. Esos desarrollos permiten a las organizaciones obtener información más profunda y en tiempo real, haciendo posible una toma de decisiones de tipo estratégico y operativo más precisas (Silva, 2024). En el caso de los SIG, por ejemplo, la incorporación de la IA incrementa las capacidades predictivas y de adaptabilidad, favoreciendo la anticipación de los cambios que se producen en un mercado y haciendo posible una mejora de la gestión de los riesgos (Ferro et al., 2024).

Además, en el caso del Big Data, permite la realización de un análisis en masa de grandes datos en tiempo real, beneficiando una mejora de la inteligencia comercial y de la experiencia del cliente (Basurto et al., 2024). Y es que todas estas tendencias están cambiando a las organizaciones hacia modelos más digitales de forma rápida y competitiva, en donde los SIG cobran un sentido de eje central para la innovación y el desarrollo comercial (Ordoñez et al., 2024). De ahí que, para poder mantener la ventaja competitiva en un contexto dinámico, tanto los SIG como la adopción de alguna otra tecnología a nivel cognitivo, es absolutamente vital.

Resultados

Los resultados obtenidos del estudio bibliográfico presente indican que existe una estrecha relación entre la implementación de SIG con el desarrollo comercial de las organizaciones, así como también patrones entre los beneficios, limitantes y condiciones críticas para la adopción de los sistemas. Las investigaciones que han sido revisadas coinciden en entender que utilizan SIG las organizaciones para facilitar la gestión empresarial, mejorar la eficiencia operativa, aumentar su capacidad analítica y favorecer una mejor toma de decisiones de negocio, lo cual se traduce directamente en un crecimiento del negocio y en una mejora de la competitividad.

Por otra parte, las organizaciones que integran tecnologías complementarias como el Big Data, la inteligencia artificial y la automatización de procesos, logran alcanzar mayores niveles de efectividad y diferenciación en el mercado. En contraposición a esto, se presentan una serie de



barreras frecuentes; como por ejemplo la falta de la infraestructura tecnológica, el escaso desarrollo de las capacidades del talento humano y la resistencia al cambio de los procesos organizacionales, que afectan la implementación total de los mismos sistemas.

En este sentido, el gráfico 2, resume los cuatro factores más relevantes que fueron identificados: beneficios comerciales, condiciones de éxito, límites comunes y tendencias actuales. Esta figura permite visualizar de manera clara los elementos fundamentales que interactúan en la relación existente entre los SIG y el desarrollo comercial empresarial.

Gráfico 2. Factores que vinculan los SIG con el desarrollo comercial organizacional



Fuente: Elaboración propia.

Las ventajas comerciales dan cuenta de cómo los SIG contribuyen a la mejora del rendimiento crítico de la organización, ya que apoyan la formulación de decisiones estratégicas y la mejora de la eficiencia operativa; mientras que las condiciones del éxito reflejan que el entorno organizacional debe estar preparado para el cambio, los líderes deben estar involucrados y el personal debe estar formado. Las limitaciones más frecuentes muestran la resistencia cultural y la insuficiencia de la infraestructura que son características de las organizaciones y representan un reto continuo que debe ser enfrentado para conseguir una buena implementación.

Las tendencias actuales permiten ver la evolución de los SIG hacia sistemas inteligentes, adaptativos y estratégicos. Todos estos resultados, finalmente, confirman que los sistemas de



información gerencial son herramientas clave para el desarrollo comercial competitivo y sostenible de las organizaciones contemporáneas.

Los sistemas de información gerencial más destacados son precisamente aquellos que abarcan la inteligencia de los negocios, la automatización de procesos y la analítica avanzada, como los sistemas de soporte a la decisión (DSS) o los sistemas de información ejecutiva (EIS). Estos sistemas no solo recopilan información, sino que la convierten en conocimiento útil a favor de decisiones estratégicas, y revierte, desde luego, en la obtención de ventajas comerciales sostenibles (Campos, 2022; Machuca & Rojas, 2023; Chilán, 2025).

También se encuentra en concordancia con el trabajo de Vargas (2025), quien apunta que los SIG más efectivos son aquellos que están adaptados a cada organización en particular y en particular, a la específica área de ventas, finanzas y logística, trascendiendo en el desarrollo comercial de manera integrada a través del manejo de la información. Entonces se sostiene que no existe un sistema "ideal", una característica que determina al SIG como exitoso es el alto grado de personalización y de escalabilidad del mismo, aunado con su alineación a los objetivos de la organización. Es importante que las empresas no solo adopten la tecnología, sino que desarrollen una cultura organizacional de uso inteligente de la información.

Los SIG permiten que las tareas se automaten, los errores humanos se reduzcan y el acceso a la información sea en tiempo real. Pueden facilitar por tanto una gestión más rápida y precisa (Rodríguez, 2023; Manzano, 2025) lo que se traduce en que se obtienen procesos operativos más cortos, se hace mejor uso de los recursos y se obtienen resultados alineados con lo que se desea conseguir con el esfuerzo de la empresa. Esta afirmación es apoyada por el estudio llevado a cabo por Rojas (2024) que demuestra cómo las organizaciones que cuentan con SIG con soporte analítico van más rápido en sus procesos de innovación y se adaptan mejor a los cambios en el mercado, mejorando su rendimiento general.

Cabe añadir que la eficiencia tecnológica tiene que acompañarse de la eficiencia humana. El sistema más potente puede quedar infrutilizado si no hay personal cualificado ni una estructura organizativa aprestada a gestionarlo adecuadamente. Por lo tanto, la efectividad de los SIG también es el resultado de una interrelación simétrica entre personas, tecnología y procesos.

Los resultados del estudio sugieren que existe una relación positiva y directa entre la adopción de los SIG y el crecimiento comercial de las organizaciones. De acuerdo con este enfoque, estos sistemas permiten tener una visión más objetiva del comportamiento del cliente,



permiten gestionar mejor las existencias, contribuyen a facilitar la planificación estratégica y permiten incrementar la presión competitiva (Machuca & Rojas, 2023; Veintimilla, 2023; Chilán, 2025).

Las organizaciones que han adoptado en su gestión los SIG en un sentido estratégico han afirmado que han experimentado incrementos en sus ventas, crecimientos en sus mercados y mayor fidelidad de sus clientes. Este resultado se alinea con lo comentado por Najar (2024), Rodríguez (2023) y Zambrano (2024), quienes arguyen que los SIG forman parte intrínseca de la agilidad en las organizaciones, pues permiten que se realicen adaptaciones rápidas y bien informadas, algo que resulta determinante para poder sostener el crecimiento comercial en entornos muy competitivos. Desde la perspectiva integradora se llega a la conclusión de que los SIG no solo asisten al crecimiento comercial, sino que lo potencian en la medida que se sitúan en una estrategia definida. El reto no está en implementar tecnologías, sino en contar con la reconfiguración de la propia lógica de gestión de la organización para convertir la información en ventaja competitiva.

Conclusiones

La revisión de la literatura permitió concluir que los SIG que logran un mayor desarrollo comercial de las organizaciones son aquellos que operan haciendo uso de funcionalidades analíticas y de soporte para la toma de decisiones. Estos, a su vez, se caracterizan por su capacidad de transformar grandes volúmenes de datos en información que sea útil, facilitando así la planificación estratégica y el monitoreo y seguimiento en tiempo real del rendimiento de la organización. Su capacidad para adaptarse a un contexto empresarial determinado y su capacidad de incorporar tecnologías emergentes como el Big Data y la inteligencia artificial los sitúa como herramientas clave en un entorno comercial cambiante.

Para concluir, se puede decir que los SIG producen un alto impacto en la cifra de eficiencia, eficacia y efectividad de las organizaciones, ya que automatizar los procesos y reducir los tiempos operativos, así como disminuir los errores, conllevan a un uso más racional de los recursos y a una mejora considerable de los resultados alcanzados. La eficacia se manifestará mediante la calidad de las decisiones que tomarán las organizaciones (decisiones bien informadas a raíz de los datos que facilitan los sistemas de información gerencial) y la efectividad se tornará evidente a través del cumplimiento de los objetivos de la organización empresarial, así como del cumplimiento de los objetivos estratégicos de forma más precisa.



Los hallazgos que se han encontrado, sustentan la existencia de una relación directa y positiva entre la instalación de los sistemas de información gerencial y el desarrollo comercial de las organizaciones. Los SIG juegan un papel importante y constituyen un acelerador del crecimiento de las empresas, porque persiguen la gestión estratégica de ventas, clientes, logística y recursos financieros. Este impacto en la organización se manifiesta en las mejores condiciones de competitividad, de expansión en los mercados, en la toma de decisiones, en la buena experiencia de los consumidores. También permiten anticipar las tendencias de los mercados, reducir costes y aumentar la rentabilidad gracias a la integración de la visión del negocio.

Referencias Bibliográficas

- Ayasta, E. E. (2025). *Análisis de los riesgos en los procesos bajo el modelo COSO I para determinar la eficiencia de la gestión operativa de la empresa Transporte Chiclayo S.A. Periodo 2021* [Tesis de licenciatura, Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo]. Repositorio de Tesis USAT. <http://hdl.handle.net/20.500.12423/8702>
- Bazaldua, D. F. (2024). *Diseño de una estrategia para implementar agentes de inteligencia artificial como copilotos en el desarrollo de software para una empresa tecnológica en bienes raíces comerciales (PROPTECH)* [Tesis de maestría, Universidad Iberoamericana Ciudad de México]. Repositorio IBERO. <https://ri.ibero.mx/bitstream/handle/ibero/6704/017607s.pdf?sequence=1>
- Basurto, D. M., Intriago, J. R., Villavicencio, D., & Saltos, Y. E. (2024). Big data y su influencia en la personalización de estrategias de marketing. *Ciencia y Desarrollo*, 27(2), 29-42. <http://revistas.uap.edu.pe/ojs/index.php/CYD/article/view/2600>
- Campos, J. J. (2022). *Análisis retrospectivo de la situación financiera de la estación de servicios Macarena, en la ciudad de Pelileo, 2018 -2020* [Tesis de grado, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo]. Repositorio ESPOCH. <https://dspace.esPOCH.edu.ec/handle/123456789/18529>
- Chilán, K. E. (2025). *Sistemas de Información Gerencial y Control Financiero. Caso asociación de servicios de entrega a domicilio Jipijapa* [Tesis de grado, Universidad Estatal del Sur de Manabí]. Repositorio Digital UNESUM. <https://repositorio.unesum.edu.ec/handle/53000/7674>



- Cuadrado, J. R. (2021). Desindustrialización y terciarización. El avance hacia una creciente integración servicios-industria. *El Trimestre Económico*, 88(351), 719-768.
<https://doi.org/10.20430/ete.v88i351.1306>
- Ferro, S., Brito, C. J., & Pérez, S. (2024). Prospectiva estratégica, vigilancia competitiva e inteligencia artificial generativa: en búsqueda de sinergias. *Revista Negocios Agroalimentarios*, 9(2), 30-39. <https://ri.conicet.gov.ar/handle/11336/257156>
- González, Á. (2024). Marketing estratégico para la gestión comercial en tiendas online. *Revista Científica Global Negotium*, 7(2), 186-201. <http://publishing.fgu-edu.com/ojs/index.php/RGN/article/view/459>
- Machuca, J. R., & Rojas, J. A. (2023). *Optimización de procesos comerciales y logísticos a través de la implementación de un sistema ERP en la empresa Mapping Professional S.R.L.* [Tesis de grado, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. Repositorio Académico UPC. <http://hdl.handle.net/10757/670439>
- Manobanda, A. A., González, K. J., López, N. M., Mosquera, C. J., Ponce, F. E., & Loor, L. N. (2025). Segmentación de mercados en tiempo real: innovación y agilidad empresarial. *Ciencia y Desarrollo*, 28(1). <http://dx.doi.org/10.21503/cyd.v28i1.2846>
- Manzano, N. S. (2025). *Análisis del uso de Sistemas de Información Tecnológica en Procesos del Área Administrativa, Contable y Financiera de las Empresas Pymes de la ciudad de Palmira, Valle del Cauca.* Unidades Tecnológicas de Santander (UTS). <http://repositorio.uts.edu.co:8080/xmlui/handle/123456789/19700>
- Najar, J. D. (2024). *Propuesta para fortalecer la Productividad de Gráficas Mundial en Bogotá.* [Tesis de maestría, Universidad Ean]. Repositorio Minerva. <https://repository.universidadean.edu.co/server/api/core/bitstreams/eeb0a382-2f8b-47e4-9147-7f46597743c8/content>
- Ordoñez, D. D., Proaño, C. X., & Morales, A. (2024). Estrategias dinámicas para la ventaja competitiva en la era digital: Un modelo conceptual. *Yachana Revista Científica*, 13(1), 34–54. <https://doi.org/10.62325/10.62325/yachana.v13.n1.2024.899>
- Ortiz, K. Y. (2024). *Implementación de nuevos servicios para mejorar la gestión comercial de una empresa de consultoría y tecnología en Lima, 2024* [Tesis de grado, Universidad San Ignacio de Loyola]. Repositorio Institucional USIL.



<https://repositorio.usil.edu.pe/entities/publication/30a4b8f2-16ed-4aa4-8bbb-b1ba85603e50>

Posada, A. E., Parra, M. W., & Cañón, S. P. (2023). *Formulación del proyecto de implementación de un Sistema de Información Gerencial para el departamento financiero de la empresa RT SAS* [Tesis de grado, Universidad Ean]. Repositorio Minerva.

<https://repository.universidadean.edu.co/server/api/core/bitstreams/7ffc8507-7b23-4f0b-a65b-70323f512410/content>

Ramírez, R. I., Ríos, J. D., Lay, N. D., & Ramírez, R. J. (2021). Estrategias empresariales y cadena de valor en mercados sostenibles: Una revisión teórica. *Revista de Ciencias Sociales*, 27(4), 147-161. <https://produccioncientificaluz.org/index.php/rccs/index>.

Rodríguez, E. (2023). *Indicadores de gestión comercial para empresa de software*. Universidad Nacional de Tucumán. <https://face.unt.edu.ar/web/iadmin/wp-content/uploads/sites/2/2024/04/01-Rodriguez-Franco-Emanuel-TrabajoCampo.pdf>

Rodríguez, J. C. (2023). *Los Sistemas de Información Gerencial y su contribución en la toma de decisiones de la microempresa "Plastimetal"*, periodo 2021-2022 [Tesis de grado, Universidad Estatal del Sur de Manabí]. Repositorio Digital UNESUM.

<https://repositorio.unesum.edu.ec/handle/53000/5267>

Rojas, E. (2024). *Aplicación de los modelos de inteligencia artificial como apoyo en la toma de decisiones, en el marco de la gestión de proyectos* [Tesis de maestría, Universidad Nacional Abierta y a Distancia]. Repositorio Digital UNAD.

<https://repository.unad.edu.co/handle/10596/64318>

Silva, M. A. (2024). *Afectaciones y beneficios de la inteligencia artificial en el sector turismo de Cúcuta, Norte de Santander* [Tesis de maestría, Universidad Francisco de Paula Santander]. Repositorio Digital UPFS. <https://repositorio.ufps.edu.co/handle/ufps/9367>

Triana, C. A. (2021). *Revisión de Importancia de los Sistemas Integrados de Gestión de la Calidad para la eficiencia y competitividad empresarial. Monografía* [Tesis de grado, Universidad Nacional Abierta y a Distancia]. Repositorio Digital UNAD.

<https://repository.unad.edu.co/handle/10596/44623>

Trujillo, B. R. (2025). *Percepción de los factores limitantes en la ejecución de proyectos de infraestructura a través de las asociaciones público-privadas adjudicados por proinversión en el sector de educación en el Perú (2002-2022)* [Tesis de grado,



Universidad San Ignacio de Loyola]. Repositorio Institucional USIL.

<https://hdl.handle.net/20.500.14005/15705>

Vargas, A. (2025). *Plan de gestión del proyecto de diseño e implementación de un Sistema de Información Geográfico (SIG) de valores inmobiliarios del cantón de la Unión* [Tesis de maestría, Universidad para la Cooperación Internacional]. Biblioteca UCI.

<https://omeka.uci.ac.cr/biblioteca/files/original/d80683aea4436be2593fa3fc4b124b65.pdf>

Veintimilla, E. M. (2023). *Sistema de información gerencial para la gestión administrativa del hotel Caridi Chipipe, cantón Salinas, año 2022* [Tesis de grado, Universidad Estatal Península de Santa Elena]. Repositorio Digital UPSE.

<https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/9340>

Zambrano, M. J. (2024). La Revolución de la Inteligencia Artificial en los Sistemas de Información Geográfica. Artículo. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 8(5), 10196-10217. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i5.14405

