

Percepción sobre la utilidad de la capacitación virtual en técnicas de ventas consultivas en los empleados de Servicios Serviavi durante el primer semestre de 2025

Perception of the usefulness of virtual training in consultative sales techniques among Serviavi Services employees during the first half of 2025

Karen Lisette Garcés Echeverría ¹ 

¹Instituto Tecnológico Superior Quito Metropolitano. Carán N3-195 y Calle B (Nueva Tola 2) Quito, Ecuador;
kgarces@itsqmet.edu.ec

Resumen: La capacitación virtual ha emergido como una estrategia clave para el desarrollo del talento humano en el sector comercial, especialmente en empresas pequeñas y familiares que buscan profesionalizar sus procesos sin incurrir en altos costos. Este estudio analiza la percepción de los empleados del área comercial de Servicios Serviavi sobre la utilidad de una capacitación virtual en técnicas de ventas consultivas, implementada durante el primer semestre de 2025. Mediante un enfoque cuantitativo, se aplicó un cuestionario estructurado con escala tipo Likert a una muestra de 30 colaboradores. Los resultados evidencian una valoración positiva en tres dimensiones: satisfacción con la capacitación, aplicabilidad de los conocimientos y percepción general de utilidad. Los participantes manifestaron haber aplicado lo aprendido en su entorno laboral, destacando la flexibilidad y pertinencia de la modalidad virtual. Se concluye que la capacitación virtual representa una herramienta efectiva para fortalecer competencias comerciales, especialmente en contextos organizacionales que requieren soluciones formativas adaptables y sostenibles.

Palabras clave: capacitación virtual; ventas consultivas; percepción; formación continua; empresas familiares.

Abstract: Virtual training has emerged as a key strategy for human talent development in the commercial sector, especially in small and family businesses seeking to professionalize their processes without incurring high costs. This study analyzes the perception of employees in the commercial area of Servicios Serviavi regarding the usefulness of virtual training in consultative sales techniques, implemented during the first half of 2025. Using a quantitative approach, a structured questionnaire with a Likert scale was administered to a sample of 30 employees. The results show a positive assessment in three dimensions: satisfaction with the training, applicability of the knowledge, and overall perception of usefulness. Participants reported having applied what they learned in their work environment, highlighting the flexibility and relevance of the virtual modality. It is concluded that virtual training is an effective tool for strengthening business skills, especially in organizational contexts that require adaptable and sustainable training solutions.

Keywords: virtual training; consultative selling; perception; continuing education; family businesses

ÉLITE 2025, Vol. 7, Núm. 2
ISSN: 2600-5875

Recibido: 25/08/2025
Revisado: 13/09/2025
Aceptado: 15/09/2025
Publicado: 20/09/2025

I. INTRODUCCIÓN

Servicios Serviavi es una empresa ecuatoriana dedicada a la importación y comercialización de repuestos automotrices. Cuenta con un equipo comercial activo que requiere actualización constante en técnicas de ventas, lo que convierte a la capacitación virtual en una herramienta clave para su desarrollo profesional.

En este contexto, la capacitación virtual ha transformado la manera en que las organizaciones desarrollan el talento humano, ofreciendo múltiples beneficios tanto para las empresas como para los colaboradores (De Haro García, 2024). Entre sus principales ventajas se destacan la flexibilidad horaria, el acceso desde cualquier lugar del mundo, la reducción de costos logísticos y la posibilidad de acceder a una amplia oferta temática impartida por profesionales calificados (Guzmán Rojas, 2024). Esta modalidad también favorece el aprendizaje autónomo y personalizado, permitiendo a cada empleado avanzar a su propio ritmo y reforzar los contenidos según sus necesidades.

En Ecuador, el número de operadores de capacitación virtual registrados ha aumentado en los últimos años, lo que refleja un impulso institucional hacia la formación en línea. Muchas empresas medianas y grandes han comenzado a incorporar plataformas virtuales como parte de su estrategia de transformación digital, especialmente en áreas comerciales y de atención al cliente (Rendón Castro, 2024).

Comprender la percepción de los empleados sobre la utilidad de estas capacitaciones permite a las organizaciones ajustar sus estrategias formativas, mejorar la motivación del personal y optimizar los recursos invertidos. Este estudio aporta evidencia empírica sobre la experiencia de los empleados con la capacitación virtual, lo cual puede servir como base para futuras decisiones en la gestión del talento humano en empresas del sector comercial.

1.1 Situación (Estado del Arte)

En las últimas décadas, la capacitación virtual ha emergido como una herramienta clave para el desarrollo del talento humano en las organizaciones, especialmente tras la aceleración digital provocada por la pandemia del COVID-19. Esta modalidad ha permitido ampliar el acceso a la formación continua, superando barreras geográficas y temporales, y adaptándose a las nuevas dinámicas del mercado laboral. En el ámbito empresarial, la capacitación

virtual ha demostrado ser eficaz para mejorar competencias técnicas y blandas, particularmente en áreas como ventas, atención al cliente y gestión comercial.

Diversos estudios han evidenciado que la educación virtual, en su modalidad e-learning, no solo complementa la formación presencial, sino que puede igualarla o incluso superarla en términos de efectividad, siempre que se utilicen metodologías adecuadas y plataformas interactivas (Barrientos Oradini Nicolás, 2022). En el contexto latinoamericano, la transformación digital ha impulsado a las empresas a adoptar estrategias de capacitación más flexibles y centradas en el desarrollo de competencias específicas, como las ventas consultivas y el uso de herramientas digitales.

La capacitación del talento humano se ha convertido en una herramienta estratégica dentro de las organizaciones modernas, ya que permite alinear las competencias del personal con los objetivos institucionales. En este sentido, (Obando Changuán, 2020) sostiene que “la capacitación del talento humano es un proceso estratégico que permite mejorar la productividad de la empresa al desarrollar habilidades específicas en los trabajadores, alineadas con los objetivos organizacionales” (p.170). Esta afirmación resalta la importancia de diseñar programas formativos que respondan a las necesidades reales del entorno laboral, especialmente en sectores altamente competitivos como el comercial.

La capacitación no solo cumple una función técnica, sino que también representa un proceso de aprendizaje organizacional que permite a los empleados adaptarse a los cambios del entorno. (Maldonado-Nova V, 2022) plantea que “la capacitación es el proceso que permite a la organización, en función de las demandas del contexto, desarrollar la capacidad de aprendizaje de sus miembros, a través de la modificación de conocimientos, habilidades y actitudes” (p. 105). Esta perspectiva resalta la importancia de diseñar programas formativos que respondan a las exigencias del entorno competitivo y cambiante.

En el contexto actual, caracterizado por la transformación digital y la alta competitividad, la capacitación debe ser entendida como una inversión estratégica. (María Rosa Dominici, 2022) afirman que “la capacitación debe ser vista como una inversión estratégica que impacta directamente en la competitividad de la empresa, al fortalecer el capital humano y su capacidad de adaptación al cambio” (p. 28). Esta visión refuerza la necesidad de que las

organizaciones prioricen la formación continua como parte de su planificación estratégica.

Así mismo, (Martínez, A., & Gómez, R., 2022) sostienen que “existe una relación directa entre la calidad de los programas de capacitación y el desempeño laboral de los empleados, especialmente cuando se alinean con las necesidades reales del puesto” (p. 80). Esta afirmación respalda la importancia de diseñar capacitaciones pertinentes y contextualizadas para lograr un impacto real en la productividad.

1.2 Problema

A pesar del crecimiento sostenido en la implementación de programas de capacitación virtual en el ámbito empresarial, muchas organizaciones aún enfrentan desafíos relacionados con la percepción de su utilidad por parte de los empleados. La efectividad de estos programas no solo depende de los contenidos impartidos o de la tecnología utilizada, sino también de cómo los colaboradores valoran su aplicabilidad en el entorno laboral.

En el caso de Servicios Serviavi, se ha implementado recientemente una capacitación virtual en técnicas de ventas consultivas, dirigida a su equipo comercial. No obstante, hasta el momento no se dispone de información sistematizada que permita conocer cómo los empleados perciben la utilidad de esta formación en su desempeño diario (Ortiz Cuyubamba, 2024). Esta falta de retroalimentación se debe, principalmente, a la ausencia de mecanismos formales de evaluación posterior a la capacitación, como encuestas o entrevistas estructuradas, que permitan recoger las opiniones y experiencias de los participantes (González Marín, 2024). Esta situación limita la posibilidad de evaluar la efectividad del programa y de tomar decisiones informadas para futuras estrategias de capacitación.

Este fenómeno es especialmente relevante en empresas familiares como Servicios Serviavi, donde la profesionalización del equipo comercial mediante herramientas digitales puede representar una ventaja competitiva significativa. Comprender cómo los empleados perciben estas capacitaciones permite no solo evaluar su efectividad, sino también identificar oportunidades de mejora en la gestión del talento humano.

1.3 Pregunta (Hipótesis del Estudio)

¿Cómo perciben los empleados del área comercial de Servicios Serviavi la utilidad de la capacitación virtual

en técnicas de ventas consultivas, en relación con su desempeño laboral?

1.4 Respuesta (Objetivo del Estudio)

El presente estudio tiene como objetivo analizar, mediante la aplicación de un cuestionario estructurado, la percepción de los empleados del área comercial de Servicios Serviavi sobre la utilidad de la capacitación virtual en técnicas de ventas consultivas.

1.5 Objetivos Específicos

- Identificar el nivel de satisfacción de los empleados del área comercial de Servicios Serviavi respecto a los contenidos, la metodología y la plataforma utilizada en la capacitación virtual sobre técnicas de ventas consultivas.
- Analizar la percepción de los empleados sobre la aplicabilidad de los conocimientos adquiridos en la capacitación virtual en su desempeño laboral diario.
- Determinar la percepción general de los empleados sobre la utilidad de la capacitación virtual como estrategia de formación dentro de la empresa.

II. METODOLOGÍA

2.1 Enfoque y diseño de la investigación

Este estudio se desarrolló bajo un enfoque cuantitativo, con un diseño no experimental, descriptivo y de corte transversal. Se eligió este enfoque porque permite analizar la percepción de los empleados sobre la utilidad de una capacitación virtual específica, sin intervenir en las variables del entorno. El diseño transversal se justifica porque los datos fueron recolectados en un único momento, posterior a la finalización del proceso formativo (De Chauca, 2023).

2.1.1 Criterios de Inclusión

- Ser empleado del área comercial de Servicios Serviavi.
- Haber participado en al menos una de las capacitaciones virtuales impartidas entre enero y junio de 2025.

- Aceptar voluntariamente participar en el estudio.

2.1.2 Criterios de Exclusión

- Empleados que no hayan asistido a ninguna de las capacitaciones virtuales.
- Personal administrativo o de otras áreas no relacionadas con ventas.
- Encuestas incompletas o con respuestas inconsistentes.

2.2 Población y muestra

La población estuvo conformada por los empleados del área comercial de Servicios Serviavi, quienes participaron en la capacitación virtual en técnicas de ventas consultivas durante el primer semestre de 2025. En total, esta área cuenta con 30 colaboradores.

2.3 Instrumento de recolección de datos

Para la recolección de datos se utilizó un cuestionario estructurado, elaborado en formato digital mediante la herramienta Google Forms. El instrumento incluyó preguntas cerradas con escala tipo Likert de 5 puntos, organizadas en tres dimensiones, entendidas como categorías temáticas, que agrupan las preguntas según el aspecto que se desea evaluar. Estas dimensiones son:

- **Dimensión 1: Satisfacción con la capacitación virtual**, que evalúa la percepción sobre los contenidos, la metodología y la plataforma utilizada.
- **Dimensión 2: Aplicabilidad de los conocimientos**, que analiza si los contenidos aprendidos han sido útiles en el desempeño laboral.
- **Dimensión 3: Percepción general de utilidad**, que recoge la valoración global de la capacitación virtual y su impacto percibido.

La aplicación del cuestionario se realizó de forma anónima, garantizando la confidencialidad de las respuestas.

2.4 Procedimiento

La capacitación virtual fue impartida entre los meses de enero a junio de 2025, con una duración total de 18

horas, distribuidas en sesiones sincrónicas y asincrónicas. Una vez finalizada la capacitación, se aplicó el cuestionario durante la segunda quincena de julio del mismo año. Los datos fueron recolectados en un periodo de 2 días.

2.5 Análisis de datos

Los datos obtenidos fueron procesados utilizando el programa Microsoft Excel. Se aplicaron estadísticas descriptivas como frecuencias, porcentajes, medias y desviaciones estándar, con el objetivo de identificar tendencias generales en las respuestas de los participantes.

Este tipo de análisis permite interpretar los resultados de manera clara y objetiva, facilitando la toma de decisiones en relación con futuras estrategias de capacitación.

2.6 Limitaciones del estudio

Entre las principales limitaciones se encuentra el uso de un muestreo no probabilístico, lo cual restringe la posibilidad de generalizar los resultados a otras áreas de la empresa o a otras organizaciones. Además, al tratarse de un diseño transversal, no es posible establecer relaciones causales entre la capacitación y el desempeño laboral, sino únicamente describir percepciones en un momento determinado.

III. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Se presentan a continuación los resultados obtenidos del instrumento aplicado, resaltando las observaciones más relevantes. El análisis se realizó agrupando las preguntas en tres dimensiones temáticas: Satisfacción con la capacitación virtual, Aplicabilidad de los conocimientos y Percepción general de utilidad. Los datos cuantitativos obtenidos sustentan las conclusiones del estudio.

3.1 Figuras, tablas

La Figura 1 muestra el promedio de respuestas por cada dimensión evaluada. Se observa que la Percepción general de utilidad obtuvo el promedio más alto (4,56), seguida por la Satisfacción con la capacitación virtual (4,52) y la Aplicabilidad de los conocimientos (4,48), lo que refleja una valoración positiva en todos los aspectos analizados.

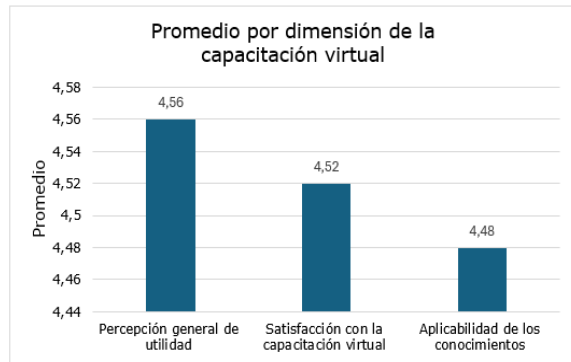


Figura 1. Promedio por dimensión de la capacitación virtual. (Unidad: escala de Likert de 1 a 5)

Todas las dimensiones fueron valoradas positivamente, con promedios superiores a 4, lo que indica una percepción favorable de la capacitación virtual. La dimensión mejor valorada fue la percepción general de utilidad.

Tabla 1. Información demográfica de los participantes.

Distribución por género	
Género	Cantidad
Masculino	27
Femenino	3
Distribución por ciudad	
Ciudad	Cantidad
Guayaquil	17
Quito	6
Manta	4
Cuenca	3
Estadísticas de edad	
Indicador	Valor
Edad mínima	26
Edad máxima	59
Edad promedio	39

La figura 2 muestra la distribución de respuestas para cinco ítems relacionados con la satisfacción:

- La mayoría de las respuestas se concentran en los niveles 4 (De acuerdo) y 5 (Totalmente de acuerdo).

- Las preguntas sobre la claridad de los contenidos, la metodología y la duración de la capacitación recibieron más de 15 respuestas en nivel 4 o 5.
- Las respuestas en niveles bajos (1 o 2) son inexistentes.

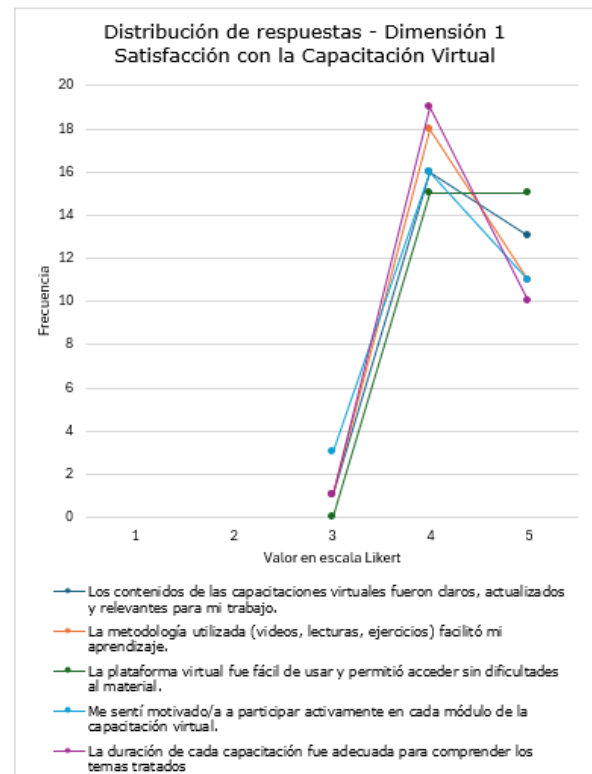


Figura 2. Distribución de respuestas – Dimensión 1: Satisfacción con la capacitación virtual. (Unidad: escala de Likert de 1 a 5)

Los participantes están ampliamente satisfechos con los aspectos técnicos y metodológicos de la capacitación virtual.

La figura 3 muestra la percepción sobre la utilidad práctica de lo aprendido:

- La mayoría de las respuestas se ubican en los niveles 4 y 5, especialmente en la pregunta sobre la aplicación en el trabajo diario.
- Las respuestas en nivel 3 (neutral) también están presentes, lo que sugiere que algunos participantes aún no han transferido completamente lo aprendido a su práctica laboral.

- Las respuestas negativas (niveles 1 y 2) son inexistentes.

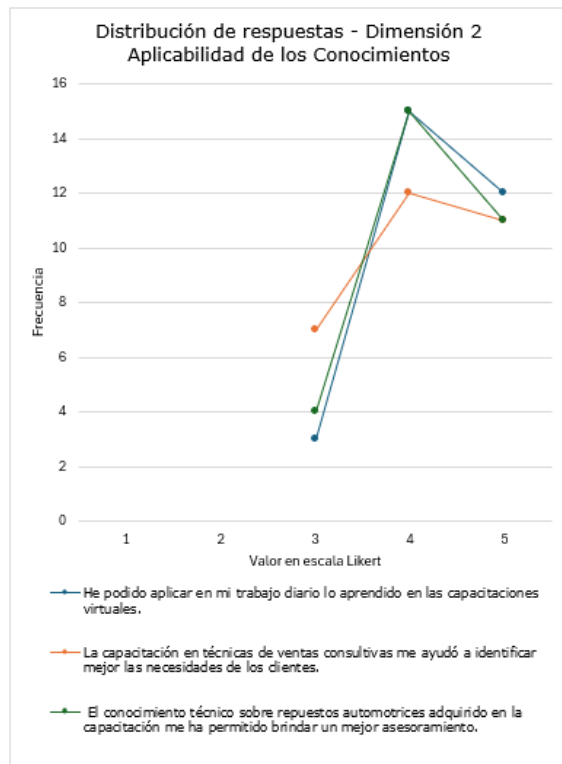


Figura 3. Distribución de respuestas – Dimensión 2: Aplicabilidad de los conocimientos. (Unidad: escala de Likert de 1 a 5)

Existe una percepción positiva sobre la aplicabilidad de los conocimientos, aunque con espacio para fortalecer la transferencia práctica.

La figura 4 agrupa nueve ítems relacionados con la valoración global de la capacitación:

- Las respuestas se concentran fuertemente en los niveles 4 y 5, especialmente en ítems como motivación para seguir aprendiendo, recomendación a otros compañeros y preferencia por la modalidad virtual.
- Las respuestas en niveles bajos son inexistentes, lo que refuerza la percepción positiva.

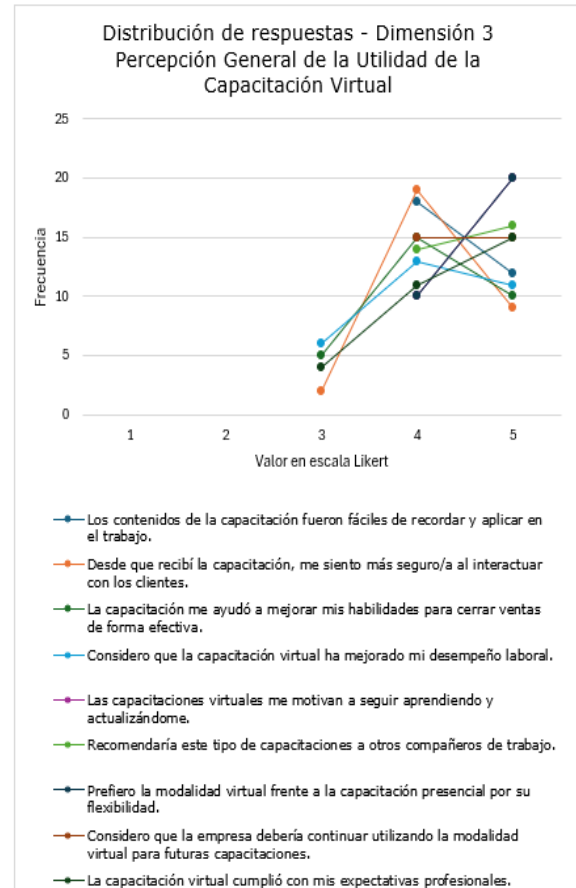


Figura 4. Distribución de respuestas – Dimensión 3: Percepción General de la Utilidad de la Capacitación Virtual. (Unidad: escala de Likert de 1 a 5)

La capacitación virtual es vista como útil, motivadora y preferida frente a la modalidad presencial, lo que respalda su continuidad.

3.2 Ecuaciones

Este estudio no contempla el uso de ecuaciones matemáticas en su análisis, dado que se basa en datos categóricos obtenidos mediante escala de Likert.

3.3 Unidades

Las unidades utilizadas en este estudio corresponden a una escala ordinal de tipo Likert, con valores entre 1 (Totalmente en desacuerdo) y 5 (Totalmente de acuerdo). No se emplearon unidades físicas ni métricas en el análisis.

3.4 Abreviaturas y Siglas

No se utilizaron abreviaturas ni siglas en el desarrollo del presente capítulo.

3.5 Otras recomendaciones

Los valores decimales se expresan con coma, por ejemplo: 4,56.

IV. DISCUSIÓN

Los resultados obtenidos en este estudio reflejan una percepción ampliamente positiva por parte de los colaboradores del área comercial de Servicios Serviavi respecto a la capacitación virtual en técnicas de ventas consultivas. Esta valoración favorable se manifiesta en las tres dimensiones evaluadas: satisfacción con la capacitación, aplicabilidad de los conocimientos y percepción general de utilidad.

En primer lugar, la alta satisfacción con los contenidos, la metodología y la plataforma utilizada coincide con lo planteado por Suárez (2024), quien destaca que la capacitación virtual, cuando está bien estructurada, puede generar beneficios tangibles en el rendimiento organizacional. Según esta autora, la combinación de recursos digitales interactivos y flexibilidad horaria contribuye a mejorar la experiencia de aprendizaje y a fortalecer el compromiso del personal.

En cuanto a la aplicabilidad de los conocimientos, los participantes manifestaron haber transferido lo aprendido a su entorno laboral, especialmente en la identificación de necesidades del cliente y el asesoramiento técnico. Este hallazgo es coherente con el modelo de evaluación de Kirkpatrick, utilizado por Chávez Arcega y Romero (2012), quienes demostraron que una capacitación efectiva en ambientes virtuales debe evidenciar resultados en el desempeño laboral, además de generar satisfacción y aprendizaje.

Finalmente, la percepción general de utilidad alcanzó el promedio más alto entre las dimensiones evaluadas, lo que sugiere que los colaboradores no solo valoran la capacitación como una herramienta formativa, sino también como un recurso estratégico para su desarrollo profesional. Este resultado refuerza la importancia de continuar implementando programas de formación virtual alineados con las necesidades del puesto y con los objetivos institucionales.

En conjunto, los hallazgos de este estudio se alinean con las tendencias actuales en formación corporativa, que promueven el uso de plataformas virtuales como medios eficaces para el desarrollo de competencias en contextos laborales dinámicos y competitivos.

V. CONCLUSIONES

El presente estudio permitió conocer la percepción de los empleados del área comercial de Servicios Serviavi sobre la utilidad de la capacitación virtual en técnicas de ventas consultivas, implementada durante el primer semestre del 2025.

Los hallazgos evidencian una valoración positiva en las tres dimensiones analizadas: satisfacción con la capacitación, aplicabilidad de los conocimientos adquiridos y percepción general de utilidad. Esta percepción favorable sugiere que la modalidad virtual ha logrado cumplir con las expectativas de los participantes, tanto en términos de contenido como de impacto en su desempeño laboral.

Se destaca que los colaboradores reconocen haber aplicado lo aprendido en su entorno de trabajo, especialmente en la identificación de necesidades del cliente, el asesoramiento técnico y el cierre de ventas. Asimismo, la modalidad virtual fue bien recibida por su flexibilidad, accesibilidad y capacidad para motivar el aprendizaje continuo.

Entre las principales aportaciones del estudio se encuentra la sistematización de la experiencia formativa desde la perspectiva de los participantes, lo cual puede servir como insumo para futuras decisiones estratégicas en la gestión del talento humano.

Como limitación, se reconoce que el estudio se centró exclusivamente en una muestra de 30 empleados del área comercial, lo que restringe la generalización de los resultados a otras áreas o empresas. Además, al tratarse de un diseño transversal, no se establecen relaciones causales, sino descripciones de percepciones en un momento determinado.

No obstante, los resultados obtenidos ofrecen una base sólida para continuar fortaleciendo las estrategias de capacitación virtual en la organización, promoviendo una formación continua alineada con los objetivos institucionales.

VI. RECOMENDACIONES

A partir de los resultados obtenidos y su análisis, se proponen las siguientes recomendaciones orientadas a fortalecer los procesos de capacitación virtual en Servicios Serviavi y en organizaciones con contextos similares:

1. **Mantener y actualizar los contenidos formativos.** Se sugiere conservar la estructura actual de los contenidos, asegurando su actualización periódica para

mantener su relevancia frente a los cambios del mercado y las necesidades del cliente.

2. **Fortalecer la transferencia práctica del conocimiento.** Se recomienda incorporar actividades de seguimiento posterior a la capacitación, como simulaciones, asesorías o espacios de retroalimentación, que refuercen la aplicación de lo aprendido en el entorno laboral.
3. **Ampliar el uso de la modalidad virtual en otras áreas.** Dado el alto nivel de aceptación de la capacitación virtual, se sugiere extender esta modalidad a otras áreas de la empresa, adaptando los contenidos a las funciones específicas de cada equipo.
4. **Implementar mecanismos de evaluación continua.** Se aconseja establecer instrumentos de evaluación antes, durante y después de cada capacitación, que permitan medir el aprendizaje, la satisfacción y el impacto en el desempeño, siguiendo modelos como el de Kirkpatrick.
5. **Fomentar una cultura de aprendizaje continuo.** Se recomienda promover campañas internas que motiven a los colaboradores a participar activamente en procesos formativos, destacando los beneficios personales y profesionales de la capacitación.
6. **Considerar estudios comparativos futuros.** Para enriquecer la comprensión del impacto de la capacitación virtual, se sugiere realizar investigaciones comparativas entre modalidades (virtual vs. presencial) o entre diferentes áreas funcionales.

FINANCIAMIENTO:

Esta investigación fue desarrollada en el marco del proceso de titulación de la autora en el Instituto Tecnológico Superior Quito Metropolitano (ITSQMET). Se agradece el apoyo institucional de Servicios Serviavi por facilitar el acceso a los participantes y permitir la aplicación del instrumento.

CONFLICTOS DE INTERÉS:

El autor declara no tener conflicto de interés. Los financiadores no tuvieron ningún papel en el diseño del estudio; en la recopilación, análisis o interpretación

de datos; en la redacción del manuscrito; o en la decisión de publicar los resultados.

REFERENCIAS

1. Barrientos Oradini Nicolás. (2022). Análisis sobre la educación virtual, impactos en el proceso formativo y principales tendencias. Universidad del Zulia, 20-27.
2. De Chauca, J. E. (2023). Percepción de la investigación en el desempeño docente según estudiantes de una universidad privada de Huaraz. Revista de Climatología Edición Especial Ciencias Sociales, 23, 3776.
3. De Haro García, J. M. (2024). Una introducción a los Recursos Humanos en la era digital: fundamentos y perspectivas tecnológicas. Universidad Miguel Hernández, 15-20.
4. González Marín, Y. O. (2024). Habilidades directivas para el desarrollo de la gestión de conocimiento organizacional. Doctoral dissertation, Universitat Politècnica de València, 10-28.
5. Guzmán Rojas, A. L. (2024). Flexibilidad curricular y credenciales alternativas en el posgrado: Estrategias para cerrar la brecha de habilidades entre la educación superior y el mercado laboral. CASO. Maestría en Ingeniería de Software–Universidad de los Andes, 11-16.
6. Maldonado-Nova V. (2022). El Rol del Talento Humano en la Transformación Digital de las Empresas Ecuatorianas. Revista Científica Zambos, 7(12), 34-50.
7. María Rosa Dominici. (2022). Capacitación como ventaja competitiva de la asociación. Dialnet, 18(1), 13-28. doi:Fuente consultada en ResearchGate.
8. Martínez, A., & Gómez, R. (2022). Impacto de la capacitación en el desempeño laboral: Un estudio en empresas del sector comercial. Revista Latinoamericana de Estudios Organizacionales, 9(2), 77–89. doi:Fuente consultada en SciELO.
9. Obando Changuán, M. P. (2020). Capacitación del talento humano y productividad: Una revisión literaria. ECA Sinergia, 11(2).

10. Ortiz Cuyubamba, K. Y. (2024). Implementación de nuevos servicios para mejorar la gestión comercial de una empresa de consultoría y tecnología en Lima. USIL, 10-28.

11. Rendón Castro, J. A. (2024). Propuesta de mejora al proceso de enseñanza y capacitación del área.

12. operativa aplicando las TIC' s en la empresa TELCONET SA de la ciudad de Guayaquil–Ecuador. Escuela de Posgrado Newman, 70-74.