

ANÁLISIS DE LA RELEVANCIA DE LAS HERRAMIENTAS PARA LA INTELIGENCIA DE NEGOCIOS EN LA GESTIÓN DE UN DEPARTAMENTO COMERCIAL SEGÚN LA EXPERIENCIA DE LA EMPRESA SSD S.R.L. HASTA EL AÑO 2021

MIGUEL ÁNGEL QUEVEDO SALA¹

RESUMEN

Este trabajo tiene como objetivo analizar el potencial de las herramientas de inteligencia de negocios, para fortalecer la gestión comercial según la experiencia de la Empresa SSD S.R.L., con la interrogante: ¿Cuál es el potencial de las herramientas de inteligencia de negocios para fortalecer la gestión de un departamento comercial según la experiencia de la empresa SSD S.R.L. hasta el año 2021? El tipo de investigación es empírico social, enmarcada en un estudio de caso; enfoque cualitativo, nivel descriptivo, no experimental. La hipótesis planteada es: Las herramientas de inteligencia de negocios potencian el fortalecimiento de la gestión de un departamento comercial. La población y muestra de tipo censal corresponde a 20 funcionarios fijos y tercerizados. Las técnicas utilizadas fueron encuesta y relevamiento/análisis documental, instrumento cuestionario con preguntas abiertas. Como conclusión, la mayoría confirma la trascendencia de utilizar las herramientas de inteligencia de negocios, mejorando el rendimiento de la gestión, optimizar la toma de decisiones en todas las áreas, generando organización, análisis de la información, para obtener ventajas sobre la competencia. Requiriendo del funcionario conocimientos informáticos básicos y capacitación constantes. Se recomienda realizar un análisis del manejo de datos e información en la empresa, para mejorar la eficiencia.

Palabras claves: herramientas de inteligencia de negocios, acceso al sistema, niveles de gerencia, generación de reportes.

ABSTRACT

The objective of this work is to analyze the potential of business intelligence tools to strengthen commercial management according to the experience of the company SSD S.R.L., with the question: What is the potential of business intelligence tools to strengthen the management of a commercial department according to the experience of the company SSD S.R.L. until 2021? The type of research is empirical-social framed in a case study; qualitative approach, descriptive level, non-experimental. The hypothesis is: Business intelligence tools enhance the strengthening of the management of a commercial department. The population corresponds to permanent and outsourced employees, a total of 20, a sample of 100% of the

¹ Miguel Quevedo es egresado de la Facultad de Ciencias Contables, Administrativas y Económicas de la Universidad Evangélica del Paraguay.

population. The techniques used were interview and documentary survey/analysis, questionnaire instrument with open questions. As a conclusion, the majority confirms the importance of using business intelligence tools to improve management performance, optimizing decision making in all areas, generating organization, information analysis, obtaining advantages over the competition. It requires basic computer skills and constant training. Some recommendations are to perform an analysis of data and information management in the company, to improve efficiency.

Keywords: business intelligence tools, system access, management levels, report generation

INTRODUCCIÓN

La problemática abordada por este trabajo de investigación radica en que existe una necesidad hoy en la tarea de la toma de decisiones por parte de los altos niveles de gerencia, todo esto gracias a los constantes cambios que se producen en la innovación constante, requerimiento de clientes, inversiones, pronóstico, entornos dinámicos, competitividad etc. Heinz Dieterich indica que “la interpretación de la realidad es una precondition indispensable para todo acto práctico del ser humano” (Dieterich, 2021); considerando este aspecto, la complejidad y la dinámica en los negocios dificultan la labor de pronóstico, por lo que es necesario incorporar herramientas que faciliten la tarea del nivel gerencial, respaldado por sistemas de BI, como el análisis predictivo para la gestión estratégica, teniendo en cuenta esta necesidad planteada se considera a La Inteligencia de Negocios como una potente herramienta de software que permite a las empresas obtener, analizar y controlar los datos clave para el éxito de su negocio.

Debido a que nos encontramos en un mundo donde arrasan las nuevas tecnologías y esto va en aumento es importante la actualización constante del sistema de trabajo y de los operarios teniendo en cuenta que la competitividad está basada en este avance.

La aplicación de herramientas de inteligencia de negocios ha surgido para abordar la realidad actual de las empresas y posibles nuevas realidades. Algunas ya lo han hecho, algunas se están adaptando poco a poco al mundo digital, algunos no lo han logrado y su desaparición o estancamiento es inminente debido a la importancia que tiene la gestión de la información en la actualidad. Las herramientas nos ofrecen varias cosas como por ejemplo facilidad de presentación, son de fácil uso es decir amigables con el usuario, de fácil instalación, no son complejas de administrar, ofrecen compatibilidades con distintos tipos de plataformas que se adapten al negocio. (Guevara, 2022)

Con las herramientas digitales, los datos de distintas fuentes de la empresa se pueden unificar para crear dashboards e informes interactivos y amigables con el usuario que ayuden a tomar mejores decisiones para lograr los objetivos comerciales. Al contar con esta información es posible pronosticar con mayor precisión el crecimiento del negocio, comprender qué áreas requieren reestructuración y el nivel de aceptación del mercado de un bien o servicio. (Guevara, 2022)

Cuando los gerentes enfrentan un entorno competitivo y complejo, es de vital importancia la estabilidad en la demanda de productos y la lealtad de los clientes, por lo que se exige una capacidad de respuesta para lograr satisfacer plenamente las necesidades de la información. Al adoptar la utilización de la BI proporciona una flexibilidad en el análisis e integración de la información logrando beneficios en la expansión y crecimiento de la Empresa. (Felden, Koschtial, & Chamoni, 2014)

Los actuales responsables en dirigir las organizaciones, se encuentran con el desafío de la toma de decisiones en el menor tiempo posible, contrastando con años anteriores; entonces urge la utilización de sistemas de apoyo a la gestión de estos. Esto es gracias a un riguroso y exigente mercado permitiendo que los gerentes de esta nueva generación adopten un liderazgo más estratégico. (Mayer, Röder, & Quick, 2015)

La utilización de herramientas de inteligencia para empresas es un factor que facilita la consolidación de los datos masivos, obteniendo reportes en tiempo real posibilitando un análisis más exhaustivo, minucioso, identificando las variantes que podría presentarse dentro de la base de datos (Varona Taborda, 2021).

MATERIALES Y MÉTODOS

1. Tipo o Naturaleza: El tipo o naturaleza de esta investigación es empírico social enmarcado en un estudio de caso porque se toma una situación actual de una población particular para analizarla en su contexto real y teórico documental trabajando con documentos existentes, diferenciando entre fuentes primarias y secundarias. Además de trabajar con una hipótesis preguntas de investigación para llegar a resultados, conclusiones y/o recomendaciones prácticas.

2. Dirección: El presente estudio tiene la dirección de Ex Post-Facto, por lo que se analizará el hecho de las herramientas de inteligencia de negocios, la importancia, los beneficios que puede otorgar a las diferentes empresas hoy a partir de la experiencia empresarial del caso estudiado que ha tenido en el pasado hasta la fecha de esta investigación.

3. Enfoque: El enfoque de esta investigación es cualitativo porque el investigador pretende profundizar en el objeto de estudio y no se obtendrán mediciones numéricas para descubrir o afinar preguntas de investigación en el proceso de interpretación. (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2006).

4. Nivel de profundidad: El nivel de profundidad de esta investigación es descriptivo, es una investigación cuyo objetivo principal es recopilar datos e informaciones sobre las características, propiedades, aspectos o dimensiones de las personas, agentes e instituciones de los procesos sociales. (Nicomedes, 2018)

5. Diseño: el diseño de esta investigación es no experimental de tipo investigación participativa aplicado a un estudio de caso en el cual no se realiza manipulación intencional de variables ni de las condiciones de estudio.

6. Tiempo: El tiempo de esta investigación es transeccional/transversal sincrónico porque se recolectarán los datos en una única vez.

7. Objeto de estudio: El objeto de estudio de esta investigación es la Empresa SSD S.R.L.

8. Unidad de análisis: La unidad de análisis de esta investigación es: funcionarios (directivos y técnicos) y colaboradores tercerizados.

9. Universo: El universo de esta investigación corresponde a los funcionarios de la Empresa SSD S.R.L.:

- Funcionarios fijos: 12 directivos y operarios
- Funcionarios tercerizados: 10 colaboradores

10. Muestreo: El tipo de muestreo de esta investigación es no probabilístico, la elección de los elementos no depende la probabilidad sino de las condiciones que permiten hacer el muestro (acceso o disponibilidad, conveniencia etc). (Scharager, 2022)

11. Muestra / Participantes: La muestra/participantes estará comprendida por el 100% del universo compuesto por los funcionarios de la empresa SSD S.R.L: funcionarios fijos: 12 directivos y operarios y funcionarios tercerizados: 10 colaboradores.

12. Hipótesis/Supuestos: se plantea la siguiente hipótesis descriptiva: Las herramientas de inteligencia de negocios potencian el fortalecimiento de la gestión de un departamento comercial.

13. Variables y operacionalización:

Variables	Dimensión conceptual	Dimensión Operacional	Indicadores
Herramientas para inteligencia de negocios (BI)	Consiste en una disciplina que reúne datos obtenidos de diferentes fuentes, logrando un manejo, así como la incorporación de estos y tiene por objetivo lograr la mejor toma de decisiones	Herramientas para inteligencia de negocios aplicadas a la gestión comercial.	<ul style="list-style-type: none"> • Aplicación BI • Beneficios BI • Características BI • Herramientas BI
Departamento comercial en una empresa	Desde la perspectiva de Nicolás Cortes (2021), “el reclutamiento de personal es el proceso de identificación, atracción, entrevista, selección, contratación e incorporación de trabajadores”. Es otras palabras, empieza desde la identificación de una vacante disponible, hasta la cobertura de dicha vacante.	El reclutamiento es la forma en que se atraen trabajadores que desean ocupar un puesto de trabajo relacionado con sus experiencias. Dependiendo del puesto disponible, se necesitará personas con perfiles profesionales, es decir, que tengan una formación (Atcom, 2018).	<ul style="list-style-type: none"> • Cumplimiento de objetivos • Cumplimiento del tiempo establecido • Organización del trabajo
Empresa SSD S.R.L.	SSD es una consultora que se desempeña en el ámbito tecnológico, ofreciendo soluciones tecnológicas en una gran variedad de áreas.	Perspectiva sobre las herramientas de inteligencia de negocios y su influencia en la gestión comercial de una empresa.	<ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento en la aplicación de las herramientas de inteligencia para negocios • Capacitación en herramientas BI del personal

14. Técnicas e instrumentos de investigación:

Técnica	Instrumento	Propósito del Instrumento	Unidad de Análisis
Encuesta	Cuestionario con preguntas abiertas	Validar o probar cualquier hipótesis generada previamente.	Funcionarios fijos y tercerizados.
Relevamiento / Análisis Documental	Ficha de relevamiento documental	Revisión bibliográfica de la Empresa SSD S.R.L.	Empresa SSD S.R.L.

15. Validación de los instrumentos: Para la validación del instrumento, en primer lugar, se solicitó la validación del tutor para que diera el visto bueno en cuanto a la estructura, el segundo filtro utilizado fue una prueba piloto a un especialista en esta área, el mismo observo las preguntas para verificar su comprensión, por las cuales menciono que estaban bien elaboradas y serían de gran utilidad para la investigación. Una vez elaborado el

marco metodológico a llevar a cabo, se elaboró la encuesta que se aplica posteriormente a los funcionarios de la empresa SSD S.R.L, dicha plantilla fue entregada a los tutores para su revisión y corrección, hasta su aprobación y luego se pasó al formato de Forms y de esta manera se aplicó a los funcionarios que forman parte de la población.

16. Recolección de datos: La misma se realizó en la Empresa SSD S.R.L. a los funcionarios fijos y tercerizados utilizando la herramienta Google Forms. La misma consistió en un cuestionario con preguntas abiertas enviadas por correo electrónico a fin de recolectar por este medio toda la información.

17. Procesamiento y análisis de datos: Una vez recolectada la información se procedió a una clasificación de la misma en tablas Excel teniendo en cuenta los datos de coincidencia y más relevantes en cada una de las preguntas elaboradas.

RESULTADOS

12. Tipo de contrato: El 75% de los empleados poseen el tipo de contrato fijo en la empresa y el 25% de los empleados son tercerizados, se tuvo la particularidad que durante el desarrollo de la investigación dos de los funcionarios dejaron de formar parte de la empresa, y el total de funcionarios con los que se trabajó fue en total de 20 personas.

13. Cargo en la Empresa: Professional Service:1; PM Team Leader, Analista:1; No hay respuesta: 3; Técnico Senior en Infraestructura: 2; Consultor Senior de Genesys: 2; Account Manager: 1; Jefe Infraestructura: 1; Coordinador de servicios profesionales: 1; Comercial: 2; Consultor TI: 1; Analista & Soporte Senior de Soluciones TI: 2; Gerente: 1; Gerente administrativo: 1; Sub contratador: 1.

14. Formación académica: Ingeniero en informática: 2; Licenciado en informática: 3; Licenciado en Análisis de Sistemas: 5; Licenciado en Contaduría y Finanzas Públicas: 1; Estudiante universitario: 3; No hay respuesta: 6.

15. Qué se entiende por Herramientas para Inteligencia de Negocios: Método para realizar reportes de diversas áreas de empresas para la toma de decisiones: 1; Herramienta de transformación de información en conocimiento para la toma de decisiones: 13; Organización de datos de una empresa de manera interna para toma de decisiones: 5; Ayudan a comprender las tendencias y obtener información de los datos para tomar decisiones comerciales tácticas y estratégicas: 1.

16. Qué importancia se le da a las Herramientas BI: El 5% considera que no son importantes, mientras que el 95% considera que son muy importantes.

17. Razón por la que considera importantes a las Herramientas BI: En su mayoría opina que las herramientas de BI es un eslabón imprescindible en la toma de decisiones en todas las áreas de una empresa, le sigue la optimización de los recursos, la efectividad y una buena organización de los datos, teniendo una lista variada de beneficios con la utilización de las herramientas BI.

18. Tipo de herramientas BI: Las herramientas más conocidas por la mayoría se encuentran: SAP (14), le sigue el Power BI (11) y Microstrategy (11), no obstante, la variedad mencionada es considerable con relación a las herramientas.

19. Tipo de Empresas que podrían hacer uso de Herramientas BI: El 5% afirmó que las Fintech podrían hacer uso de estas, mientras que el 95% que todas las empresas.

20. Sobre qué usos se dan a las herramientas de negocios (BI) en las empresas: Realizar reportes para tomas de decisiones: 2; Ventas, proyecciones de ventas: 4; Organizar, analizar y transformar información para utilizarlos en la toma de decisiones gerenciales: 8; Transformar información en conocimiento estratégico: 2; Manejo de datos: 3; Utilización de datos para optimizar resultados finales al negocio: 2; Ayuda a comprender que áreas necesitan mejoras se pueden utilizar indicadores de rendimiento: 1. La mayoría coincide que el uso de las herramientas de BI está orientada a la organización, análisis y transformación de los datos además de un apoyo importante a la toma de decisiones en el nivel gerencial.

21. Cuales son los beneficios que ofrece la utilización de las herramientas para inteligencia de negocios: Ayuda a la toma de decisiones: 5; Proyecciones de mercado,

inventarios y ventas: 2; Ventajas sobre el mercado y la competencia: 1; Datos exactos en tiempo real, informes y reportes de forma personalizada, ahorro de tiempo: 1; Sirven para transformar información en conocimiento estratégico: 2; Reflejo de cómo está la situación del negocio: 2; Enfoque en áreas de interés, enfoque en campañas para atracción: 1; Optimización de procesos, toma de decisiones ágiles y precisos que conllevan al aumento de ingresos, facilidad de generar reportes, permite identificar tendencias de mercado: 2; Más capacidad para tomar decisiones, Mayor visibilidad, mejor comprensión del negocio: 1; Mejora de productividad, mejora en el seguimiento de los procesos: 1. La mayoría coincide que el uso de las herramientas de BI está orientado en primer lugar a la toma de decisiones en el nivel gerencial, luego a que permite una proyección en el mercado, a la generación del conocimiento estratégico, a la optimización de los recursos y a la identificación de tendencias en el mercado.

22. Funciones del departamento comercial de una empresa: Análisis de mercado/cliente, diseño de plan/objetivo/campañas de ventas, conocer los productos, buena comunicación: 7; No hay respuesta: 2; Aplicar estrategias de ventas con el objetivo de garantizar la satisfacción del cliente: 6; Generar ingresos monetarios por medio de estrategias comerciales: 1; Realizar ventas o cerrar negocios con clientes: 1; Gestión de las Ventas y a los clientes: 2; Conocer los productos Fijar los objetivos Cuidar la calidad del producto o servicio: 1. Las funciones del departamento comercial se encuentran en primer lugar el análisis de mercado junto con el conocimiento acabado de los productos, diseño de planes, objetivos y campañas de ventas. Seguido de las estrategias aplicadas para garantizar la satisfacción del cliente.

23. Qué funciones del Departamento Comercial son afectados con la implementación de herramientas BI: A todas la funciones: 10; Tomas de decisiones y análisis de datos: 2; Ventas, carteras de clientes: 3; Análisis de mercado, diseño de un plan de ventas: 2; Ninguna: 2; No hay respuesta: 1. En su mayoría los funcionarios opinan que las herramientas BI afecta a todas las funciones del departamento comercial, teniendo en cuenta su implementación adecuada para lograr beneficios, como también en el caso de su implementación incorrecta para el caso contrario.

24. Gestión de un Departamento Comercial: Dar a conocer y Administrar productos y servicios ofrecidos por una empresa: 4; No hay respuesta: 5; Mejorar la gestión de ventas aplicando estrategias: 2; Diseñar objetivos, Conocer a los clientes y sus necesidades, Planificar estrategias, Diseño del proceso de ventas: 4; Gestiona posibles y actuales acuerdos comerciales con los clientes: 2; Técnicas y estrategias necesarias para llegar al público: 2. Un importante número de los encuestados sabe que la gestión de un Departamento Comercial consiste en dar a conocer y administrar productos y servicios ofrecidos por una empresa, además de establecer objetivos, planificar estrategias, conocer a los clientes y sus necesidades como el diseño de todo el proceso de ventas.

25. Aspectos claves dentro de la gestión de un Departamento Comercial: Productividad, eficiencia y darse a conocer: 4; No hay respuesta: 6; Toma de decisiones y cumplimiento de objetivos de la empresa: 1; Diseñar objetivos, Conocer a los clientes y sus necesidades, Planificar estrategias, Diseño del proceso de ventas: 5; Prospeccionar: 1; Satisfacción del cliente y la participación en el mercado: 2; Claridad de ideas, conocimiento de la empresa y productos a ofrecer: 1. Un importante número de los encuestados sabe que los aspectos claves dentro de la gestión de un departamento comercial que consiste en establecer objetivos, planificar estrategias, además de conocer a los distintos clientes y diseñar un proceso de ventas. Además de la productividad, la eficiencia y darse a conocer a los clientes.

26. Ayuda de las herramientas BI al departamento comercial: El 100% de las personas opinan que las herramientas BI podrían ayudar al departamento comercial a obtener ventajas sobre la competencia.

27. Ventajas de las Herramientas BI sobre la competencia: Según los encuestados, las ventajas que se pueden obtener en la competencia son en primer lugar lograr precios mejores, la fidelidad de los clientes y la organización eficiente del stock de los productos, seguido de un logro más eficientes en todos los aspectos.

28. Aspectos que favorecen la implementación de Herramientas BI: Más eficiencia, enfoque en puntos a mejorar: 2; En todos los aspectos: 5; Planificación y proyección de objetivos de la empresa: 4; Mejores precios, fidelización de clientes, organización de stock: 1; Sirven para transformar información en conocimiento estratégico: 1; Análisis de datos: 1; No responde: 3; Aumentar ventas: 1; Depende de los indicadores que los directivos deseen que sean evaluados: 1. Un importante número de encuestados opina que la implementación de las herramientas BI, se debe realizar en todos los aspectos, seguido de una buena planificación y proyección de los objetivos de la empresa.

29. Importancia en el uso de Herramientas BI en la gestión de un departamento comercial: El 100% de las personas opinan que las herramientas BI podría ser muy importante en la gestión de un departamento comercial.

30. Importancia en el uso de Herramientas BI en la gestión de un Departamento Comercial: Ayuda a la toma de decisiones, poder subir el rendimiento y mejora la productividad y eficiencia: 4; No hay respuesta: 1; Ayuda a cumplir los objetivos de la empresa: 1; Satisfacción del cliente y la participación en el mercado: 3; Mejores precios, fidelidad de clientes, organización de stock: 2; Sirven para transformar información en conocimiento estratégico: 3; Para saber los puntos fuertes y débiles de la gestión comercial: 4; Optimizar operaciones y predicciones: 2. Un importante número de encuestados justifica el uso de Herramientas de BI en la gestión del Departamento Comercial porque ayuda a la toma de decisiones, en el rendimiento y productividad, en la eficiencia. Además de conocer los puntos débiles y fuertes dentro de la gestión comercial.

31. Condiciones para implementar herramientas BI: Tener datos estudiados, una base de datos o un excel: 60%; Bases de datos y personal capacitado: 10%; No conoce: 5%; Ninguna: 5%; Toda la información debe estar centralizada, pero el acceso a los datos debe ser selectivo: 5%; Debe tener un enfoque o una visión de donde o a que apuntar: 5%.

32. Requisitos para la implementación de herramientas BI: Prepararlos para realizar los cambios necesarios que genera la implementación de herramientas: 3; No hay respuesta: 1; Capacitación del equipo en herramientas BI: 15; Debe estar certificado: 1.

33. Conocimientos básicos de funcionarios para el manejo de herramientas BI: Conocer sus datos y tenerlos organizarlos: 2; No hay respuesta: 1; Conocimientos informáticos básicos: 9; Construir modelos y realizar previsiones estadísticas: 1; Herramientas informáticas, conocimiento y disposición: 5; Debe estar certificado: 1; Ninguno: 1. Un importante número de encuestados dice que los funcionarios para la aplicación de las herramientas BI, en el departamento comercial deben poseer un manejo y conocimiento básico de informática.

34. Habilidades de funcionarios para el uso de herramientas BI: Conocimientos de herramientas informáticas básicas: 11; No hay respuesta: 1; Habilidades con SQL y herramientas BI: 2; Las habilidades de análisis estadístico y descriptivo además de capacidad de investigación: 1; Herramientas informáticas, conocimiento y disposición: 2; Debe estar certificado: 1; Visión de negocio, Análisis analítico, la visualización de datos: 1; Capacidad de análisis crítico y lógico: 1. Un importante número de encuestados dice que los funcionarios del Departamento Comercial deben poseer un conocimiento básico de informática para la aplicación adecuada de las Herramientas BI.

35. Impedimentos para implementar herramientas BI: Falta de organización y estructura, no tener datos en digital: 4; Ninguna: 1; Falta de capacitación: 1; Falta de información, Costo de la herramienta: 10; Falta de enfoque, o falta de interés: 1; La empresa no esté preparada y aplique un sistema que no sea el adecuado: 2; La falta de compromiso de los empleados que participarían en la implementación: 1. La mayoría opina que la condición que podría impedir la implementación de las Herramientas BI consiste en la inexistencia de la información y en el costo de la herramienta que se desea instalar.

36. Riesgos en el uso de herramientas BI: Mala implementación, fuga de información, accesos no controlados: 9; No existen riesgos: 7; No identificar correctamente las aplicaciones de las herramientas: 3; La conglomeración de datos en un solo lugar: 1. La mayoría opina que uno de los riesgos existentes para las empresas a la hora de implementar

las herramientas BI, en su gran mayoría coincide en la mala implementación de dichas herramientas, la fuga de información y los accesos al mismo no controlados.

37. Dificultades para aplicar herramientas BI: Desorganización y no tener datos estructurados: 3; Falta de conocimiento y falta de interés: 8; Costo, adaptación de analistas al nuevo sistema: 5; Falta de datos o datos erróneos: 1; Afectar a otro departamento: 1; Ninguna: 2. La mayoría los funcionarios opinan que una de las dificultades a la hora de aplicar las herramientas BI es la falta de conocimiento e interés en la implementación de este tipo de aplicaciones en la empresa.

38. Acciones para reducir las dificultades y riesgos en el uso de herramientas BI: Realizar buenas prácticas, seguir las recomendaciones: 3; Acompañamiento del equipo: 2; Capacitaciones al personal: 1; Claridad en las acciones a seguir: 3; No conoce: 1; Implementación de seguridad y de registro ordenado de datos: 2; Implementación ágil y de manera gradual: 4; Dar asesoría y recomendaciones y estudios previos de lo que la empresa necesita: 1; Ninguno: 1; Una buena gestión de proyecto: 2. Según los encuestados las acciones que se deben seguir tienen relación con una implementación gradual de las herramientas BI, seguida de seguir las recomendaciones dadas junto con la claridad en dichas recomendaciones.

DISCUSIÓN

La discusión realizada corresponde a la triangulación entre la teoría investigada, los resultados de los objetivos implementados en el estudio de campo y la opinión del investigador sobre la base de las preguntas y objetivos específicos del trabajo:

A. Herramientas para Inteligencia de Negocios

Teniendo en cuenta que la empresa cuenta con un porcentaje mayoritario de funcionarios fijos, que manejan o se basan en la política de la empresa, puede considerarse que los resultados arrojen un conocimiento y manejo más elevado de las herramientas BI, ya que es la base del manejo de la misma, además de que la mayoría de los funcionarios cuentan con una formación profesional ideal para el manejo de las mismas siendo en su mayoría profesionales de grado y un menor porcentaje con carreras en curso.

B. Beneficios de las Herramientas BI

Como menciona (IBERDROLA, 2022) La principal ventaja del Business Intelligence es que permite a las empresas entender las fuerzas que moldean los mercados y los negocios, favoreciendo así que puedan adelantarse a la competencia al tiempo que satisfacen las necesidades de los consumidores, así también la mayoría de los funcionarios afirmo que los beneficios que se obtienen del uso de las herramientas de inteligencias de negocios generan mejora en la eficacia y la productividad, ayudando a la toma de decisiones en la gestión y de esa manera mejorar su competitividad en el mercado.

El éxito de BI consiste en cubrir las necesidades comerciales de una organización. La mejor manera de comprender las necesidades que posee una organización se puede ver en los cuellos de botella analíticos en procesos comerciales, y las necesidades de datos en iniciativas comerciales.

C. El Departamento Comercial de una Empresa

Con relación a las funciones de un departamento comercial se puede mencionar que son amplias y entre las cuales se pueden destacar las siguientes destacadas por (Silva, 2020): diseñar objetivos, conocer a los clientes y sus necesidades, planificar estrategias, diseño de proceso de ventas, las cuales fueron mencionados por los objetos de estudio de la presente investigación de manera puntual o generalizada en algunos casos.

D. Aspectos claves en la gestión de un departamento comercial

Teniendo en cuenta las funciones del departamento comercial se puede afirmar que para lograr la gestión adecuada de dicho departamento se debe tener un plan de acción aprobado por la gerencia, que incluya el cumplimiento de los objetivos con los periodos respectivos para los mismos, el cual debe elaborarse con una colaboración de todos. (DELSOL, 2021), que según lo mencionado por los encuestados es posible lograrlo de manera más práctica con las herramientas de inteligencia de negocios BI.

E. Productividad para la aplicación de las Herramientas BI

Con relación a los resultados obtenidos se puede mencionar que para lograr mejoras en la productividad con la aplicación de las Herramientas BI se pueden resaltar los siguientes; por parte de la empresa contar con base de datos, con las informaciones de valor de manera organizada, y en cuanto a los operarios de las Herramientas BI, capacitación constante de los mismos y así asegurar el uso adecuado de estas herramientas, confirmando de esta manera lo mencionado por (Pico Ruíz, 2011) que las herramientas de Business Intelligence de por sí sola no tiene ningún valor, en el caso que se entregue o delegue a personas que no la manejen de manera correcta o adecuada no se obtendrán los resultados deseados, estas herramientas.

F. Riesgos o dificultades en la implementación de las Herramientas BI

Teniendo en cuenta que, para el manejo correcto de las herramientas BI, evitando los riesgos de implementación adecuada, se basa en el conocimiento mínimo de informáticas, esto genera beneficios en la productividad y la eficacia de estos. Además, desde el punto de vista de la empresa se debe tener en cuenta como menciona (Pico Ruíz, 2011), el enfoque la duración y el coste de la implantación, todos estos factores dependerán de la herramienta BI que se seleccione y las características del software, así como las características de los procesos y la información con que se cuenta y el estado de estas.

CONCLUSIONES

Teniendo en cuenta el avance de las tecnologías de la información y la comunicación y la demanda del consumidor y la competencia existente, se requiere que en una organización y más en un departamento comercial se espera que se mantenga a la vanguardia que amerita la competencia en el mercado. Para ello, una de las herramientas útiles son las herramientas de inteligencias de negocios BI, las mismas permiten aumentar la eficiencia en la gestión de un departamento comercial, pues permiten el control, organización y análisis de datos transformados en informaciones, generando una ventaja frente a la competencia.

Lo mencionado generó motivación en el investigador plantear la problemática desarrollada en el presente trabajo; la cual buscó el análisis de la relevancia de las herramientas para la inteligencia de negocios en la gestión de un departamento comercial según la experiencia de la empresa SSD S.R.L. hasta el año 2021, para lo mismo se planteó un bosquejo de marco teórico basado en las virtualización, las TICs y su influencia en las diversas áreas, luego se desarrolló lo relacionado a las herramientas de inteligencias de negocios, y la implementación de las mismas en la gestión del departamento comercial, las ventajas, desventajas si las hubieren y lo que requiere esta implementación de la alta gerencia y los funcionarios.

En cuanto a la recolección de información de la empresa SSD S.R.L. se realizó de manera bibliográfica, para luego implementar una encuesta a los funcionarios tanto fijos como tercerizados del equipo técnico, una vez tabulados y analizados los datos obtenidos en el trabajo de campo realizado con la finalidad de llegar a los objetivos propuestos en la

investigación y luego de contrastar los mismos con el marco teórico respectivo; a la luz de los resultados y la discusión correspondiente, se llega a las siguientes conclusiones.

De acuerdo con el objetivo general de analizar el potencial de las herramientas de inteligencia de negocios para fortalecer la gestión comercial según la experiencia de la Empresa SSD S.R.L. hasta el año 2021, se generó una tendencia mayoritaria de los empleados defiende la importancia de la utilización de estas aplicaciones en la gestión del departamento comercial en una empresa por los beneficios que se obtendrán como la mejor organización, rendimiento y presentación de la información sobre las diferentes transacciones realizadas y un apoyo incondicional a la toma de decisiones en todas las áreas, además de una efectividad y optimización de los recursos que posee la empresa. Confirmando lo mencionado por (Pico Ruíz, 2011) en la actualidad es indispensable contar con la información confiable y necesaria que ayude a los directivos a tomar decisiones competentes y en el momento oportuno. Para ello las herramientas de negocio BI pueden llegar a ser instrumentos claves para dotar de conocimiento a un departamento comercial, permitiendo de esta manera actuar en base a hechos y no en meras suposiciones.

El primer objetivo específico fue describir las herramientas para inteligencia de negocios, de esta manera se concluye que en cuanto a las herramientas de negocios se constató que los funcionarios conocen una amplia variedad de herramientas de inteligencias de negocios, lo cual es beneficioso para la empresa pues demuestra que los funcionarios en sus diversos niveles de formación tienen una actualización en cuanto a estas herramientas

El segundo objetivo específico planteaba identificar los beneficios que obtiene una empresa que utiliza las herramientas para inteligencia de negocios; con relación a los beneficios que una empresa obtiene con la implementación de alguna herramienta de inteligencia de negocios, se mencionó la ayuda en las tomas de decisiones en las diversas áreas, la organización de datos y su transformación en información de manera útil, para lograr el cumplimiento de los objetivos de la empresa y mejorar la eficiencia.

El tercer objetivo fue especificar las funciones del departamento comercial en una empresa; En cuanto a las funciones de un departamento comercial se menciona las más resaltantes, la conexión entre el cliente y la empresa, el reconocimiento de estos y la fidelización, la captación de nuevos clientes a la cartera, la organización de la compra y venta de productos o servicios. Además, destacan el análisis del mercado, diseño de planes, objetivos además de un conocimiento integral de productos junto con la comunicación efectiva entre las diferentes áreas de la empresa.

Como cuarto objetivo específico se planteó verificar cuales son los aspectos claves en la gestión de un departamento comercial. Cumpliendo con este objetivo se verificó los aspectos claves dentro de la gestión de un departamento comercial; un buen número de funcionarios afirmó que es el diseño de objetivos, el conocimiento acabado de los clientes y sus necesidades. La planificación de estrategias para generar buena productividad y eficiencia en el negocio, así como un diseño minucioso del proceso de ventas. El objetivo para la Dirección Comercial de una compañía siempre ha sido decidir qué vender, cuándo, a quién y cómo. Lo que ha cambiado con el tiempo es la cantidad de información existente para tomar estas decisiones y los medios utilizados. (Pico Ruíz, 2011) estas decisiones se basan en las informaciones otorgadas por de manera manual y la cual costaba bastante haciéndolo de esta manera. Hoy día, la competitividad existente en el mercado es elevada, lo cual exige a las empresas la actualización de su sistema de trabajo y manejo de informaciones, lo cual se puede mejorar con las herramientas de inteligencias de negocios BI.

El quinto objetivo específico fue distinguir los elementos que inciden en la productividad que tienen los funcionarios para la aplicación de las herramientas para inteligencia de negocios de la empresa SSD SRL y los resultados arrojaron datos en cuanto a la implementación de las herramientas de BI y se pudo obtener información sobre la preparación de los funcionarios que deben poseer conocimientos básicos de informática para el manejo de estas aplicaciones. Se resaltó además los beneficios que se obtienen mediante estas herramientas que apuntan a una toma de decisiones más ágil y precisa; la generación de reportes que permiten identificar tendencias en el mercado y la situación actual de la empresa. El enfoque en cuanto a la duración y el coste de la implantación también dependerán del tipo de herramienta BI que

se escoja, las características del software, lo complejo que sean los procesos y la información que se tenga, a parte de las habilidades y capacidades que posean los funcionarios para llevar a cabo todo lo mencionado, generando beneficios más que nada en la calidad de la información y los tiempos para obtener estas informaciones, mejorando así la interacción con los clientes, lo cual impacta en la competitividad del departamento y mejora la imagen de la empresa. (Ahumada Tello & Perusquia Velasco, 2016)

El sexto objetivo consistía en exponer los riesgos o dificultades que genera la implementación de las herramientas de inteligencia de negocios de una empresa. Para el cumplimiento de tal objetivo, se expuso información sobre los riesgos o dificultades que pueden generar la implementación de herramientas BI, y tiene relación con la deficiencia en la puesta en marcha de esta aplicación además de las posibles fugas de información ocasionadas por una falta de control en los accesos al sistema.

Teniendo en cuenta la hipótesis planteada para el presente trabajo de investigación se puede concluir que la misma tiene una tendencia de cumplimiento teniendo en cuenta los resultados obtenidos tanto de la revisión bibliográfica/análisis y de la encuesta aplicada a la población de estudios, que las herramientas de inteligencia de negocios potencian el fortalecimiento de la gestión de un departamento comercial, como menciona (Pico Ruíz, 2011) las empresas que utilizan herramientas de BI tienen mejor gestión en cuanto a las relaciones externas, es decir, empresa-clientes y relaciones internas, es decir, entre los diversos departamentos y entre empleados.

La realización de este trabajo permitió la profundización de los fundamentos teóricos con relación a las herramientas de negocios BI, que muchas veces se ignoran debido a que en el punto de vista empírico solo se tiene en cuenta lo necesario para cumplir con las funciones y lograr los objetivos de la empresa, dichos conocimientos generan una apertura de conocimientos para ampliar el campo de aplicación de este. Además, nos pone en perspectiva de la realidad tecnológica en el mercado y la necesidad de mantenerse actualizados y capacitarse constantemente.

BIBLIOGRAFÍA

- Ahumada Tello, E., & Perusquia Velasco, J. M. (2016). *Inteligencia de negocios: estrategia para el desarrollo de competitividad en empresas de base tecnológica*. Obtenido de Science Direct: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0186104215000807>
- Dieterich, H. (2021). *Nueva guía para la investigación científica*. México: Grupo Editor Orfila Valentini.
- Felden, C., Koschtial, C., & Chamoni, P. (Enero de 2014). *Towards an Evaluation Framework to Structure Business Intelligence Project Patterns as Enhancement of Business Intelligence Maturity Models*. Obtenido de <https://www.researchgate.net>: https://www.researchgate.net/publication/267921526_Towards_an_Evaluation_Framework_to_Structure_Business_Intelligence_Project_Patterns_as_Enhancement_of_Business_Intelligence_Maturity_Models
- Guevara, V. (16 de Febrero de 2022). *Importancia de las herramientas digitales en la gestión de negocios*. Obtenido de blogposgrado.ucontinental.edu.pe: <https://blogposgrado.ucontinental.edu.pe/importancia-de-las-herramientas-digitales-en-la-gestion-de-negocios>
- Mayer, J., Röder, A., & Quick, R. (Enero de 2015). *Self-Service Management Support Systems: Findings from a New-Generation Manager Perspective*. Obtenido de <https://www.researchgate.net>: https://www.researchgate.net/publication/283765059_Self-Service_Management_Support_Systems_Findings_from_a_New-Generation_Manager_Perspective
- Pico Ruíz, R. (10 de Febrero de 2011). Obtenido de dataprix.com: <https://www.dataprix.com/es/book/export/html/4565>
- Varona Taborda, M. (2021). *Inteligencia de negocios para los programas de las secretarías de salud, educación y planeación en un ente territorial*. Obtenido de Scielo: http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-11292021000400105