



**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, CONTABLES Y
COMERCIO**

CARRERA DE GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN GERENCIAL

TRABAJO DE TITULACIÓN

MODALIDAD ESTUDIO DE CASO

TEMA:

**LA IMPLEMENTACIÓN DE INTELIGENCIA DE NEGOCIOS EN LA GESTIÓN DE LA
INFORMACIÓN**

AUTORA:

IBARRA ESCANDÓN CRISTINA IVANNA

TUTORA:

DRA. BERMÚDEZ VILLACRESES ROSA MAGDALENA, PHD.

MANTA – MANABÍ - ECUADOR

2026 - 1

Título

La implementación de la inteligencia de negocios en la gestión de información de la empresa

Comercial Máster S.A., año 2025

Certificación de Tutora

	NOMBRE DEL DOCUMENTO: CERTIFICADO DE TUTOR(A).	CÓDIGO: PAT-04-F-004
	PROCEDIMIENTO: TITULACIÓN DE ESTUDIANTES DE GRADO BAJO LA UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR	REVISIÓN: 1
		Página 1 de 1

CERTIFICACIÓN

En calidad de docente tutora de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, CERTIFICO:

Haber dirigido, revisado y aprobado preliminarmente el Trabajo de Integración Curricular con la modalidad Estudio de Caso bajo la autoría de la estudiante IBARRA ESCANDÓN CRISTINA IVANNA con cédula de identidad 1312551615 legalmente matriculada en la carrera de Gestión de la Información Gerencial período académico 2025.1- 2026.1 cumpliendo el total de 240 horas, cuyo tema es: LA IMPLEMENTACIÓN DE INTELIGENCIA DE NEGOCIOS EN LA GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN.

La presente investigación ha sido desarrollada en apego estricto al cumplimiento de los requisitos académicos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico y en concordancia con los lineamientos internos de la opción de titulación en mención, reuniendo y cumpliendo con los méritos académicos, científicos y formales, y la originalidad de este, requisitos suficientes para ser sometida a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente.

Particular que certifico para los fines consiguientes, salvo disposición de Ley en contrario.

Manta, 17 de julio 2026

Lo certifico,


 Dra. Magdalena Bermúdez Villacreses Ph.D.
Docente Tutora

UNIVERSIDAD LAICA “ELOY ALFARO” DE MANABÍ

Facultad de Ciencias Administrativas, Contables y Comercio

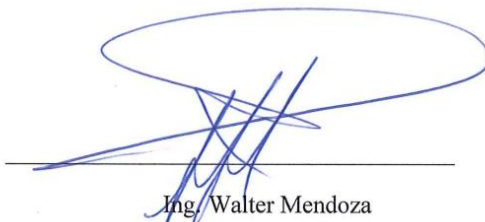
Carrera de Gestión de la información gerencial

**APROBACIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN POR EL
TRIBUNAL**

Los miembros del tribunal de grado aprueban el informe del estudio de caso, presentado por la Srta. Cristina Ivanna Ibarra Escandón; de acuerdo con las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Laica “Eloy Alfaro de Manabí”.

Con el tema **“La implementación de la inteligencia de negocios en la gestión de información de la empresa Comercial Máster S.A., año 2025”**.

Para constancia firman:



Ing. Walter Mendoza
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL



Dr. Patricia Andrade Alvarado
MIEMBRO DEL TRIBUNAL



Lcdo. Pedro Idrovo Flores
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

Certificado de Similitud



Certificado de análisis
Compilatio Magister+ | ULEAM-ECU

Cristina Ivanna Ibarra Escandón...

ID : 06ce149b656472dc5a1610d2cd72d21360b6116b



3%

Textos sospechosos

Nombre del fichero : Cristina Ivanna Ibarra Escandón....txt
Tamaño del archivo original : 320,81 kB
Número de palabras : 9136

Depositante : ROSA MAGDALENA BERMUDEZ VILLACRESES
Fecha de depósito : 17 de julio de 2026
Tipo de carga : interface
fecha de fin de análisis : 17 de julio de 2026

Resumen (sección 1/2)

Localización de los textos sospechosos en el documento :



Incluido en el porcentaje de textos sospechosos :



Similitudes

<1%

Pasajes con similitudes a fuentes encontradas en diferentes colecciones.



Detección de IA

<1%

Textos estilísticamente próximos a un texto generado por una IA.

Este índice es un indicador y no una prueba. Comprueba con el autor si domina los conocimientos mencionados en el documento.



Idiomas no reconocidos

2%

Pasajes en los que parte del vocabulario utilizado no forma parte del diccionario de la lengua.
Puede tratarse de un intento del autor de modificar el texto para evitar ser detectado.



No incluido en el porcentaje de textos sospechosos :



Textos entre comillas

<1%

Pasajes entre comillas, a menudo indicativos de una cita.

Autoría

Quien firma, IBARRA ESCANDÓN CRISTINA IVANNA, con C.I. 1312551616 declaro libre y voluntariamente que el actual tema de investigación “La inteligencia de negocios y la gestión de la información”, es único, auténtico y personal, por tal motivo que, si el contenido es utilizado para efectos legales y académicos es y será de mi exclusiva responsabilidad, se describe una investigación íntegra y se han respetado los debidos derechos de autor de cada una de las fuentes bibliográficas estipuladas dentro del contexto.

El presente informe es patrimonio de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí y de la Carrera de Gestión de la Información Gerencial.



Cristina Ivanna Ibarra Escandón

Manta 21/07/2026

C.I. 1312551615

Dedicatoria

Dedico este trabajo y mis años de estudio a mi familia, quienes siempre han estado para mí a pesar de las adversidades. A mi padre Iván Ibarra, por tanta paciencia al impartirme ese conocimiento tan valioso que solo la experiencia y los años de vida pueden ofrecer, el tipo de conocimiento que ningún libro llega a explicar de una manera semejante al discernimiento de la mente humana. Padre amado, gracias por saber lidiar conmigo de una forma cariñosa, incluso en mis momentos de terquedad, acompañados de una ceguera emocional ocasionada por las circunstancias de la vida cotidiana. A mis tíos/as, abuelito, abuelita, primos/as de parte de mi familia Escandón Delgado, por siempre ayudarme y entenderme hasta en lo que no llego a externar, por los consejos que me brindan en el momento indicado siempre acompañados con risas que se quedan conmigo inquebrantablemente como nosotros 14.

A mis hermanos/as que me dieron su amor y consuelo en este desafiante camino académico, siempre brindándome su compañía que alegra hasta el más triste de los días.

Para mi ángel de luz que me acompaña siempre, me protege y me guía, mi madrecita linda la doctora Anita Escandón, quien hasta en sus días más difíciles nunca dejo de creer en mí, quien siempre me decía que podía, que había una salida, que lograré todo lo que me proponga, para ella más que nadie dedico este esfuerzo, como me gustaría poder verte ese día del que tanto anhelamos llegará, pero aunque mil años pasen, nuestro amor y tu recuerdo mamita querida siempre perdurarán en mi corazón y memoria hasta el último de mis días.

Cristina Ivanna Ibarra Escandón

Agradecimiento

A Dios, porque, aunque tenga momentos de duda, él me enseña que está conmigo, guiándome a caminos de éxito, tranquilidad mediante mi esfuerzo y aprendizaje.

Agradezco a mi tutora, la doctora Magdalena Bermúdez Villacreses, por su paciente ayuda en este proceso de titulación, quien me aconsejó con dedicación y esmero sin dejar decaer el ánimo de seguir adelante.

Así mismo, le extiendo un agradecimiento a la Ingeniera Patricia Andrade Alvarado, por su más que excelente compromiso como docente, y por ese cariño de madre que externa a sus estudiantes sin dejar de exigirnos para ser unos mejores profesionales, por estar siempre para escuchar, por dar un consejo amable y su preocupación.

Y en sí, a los docentes que me impartieron verdaderos conocimientos en sus asignaturas para mi formación como profesional.

Cristina Ivanna Ibarra Escandón

Índice de Contenido

Certificación de Tutora	3
Certificado de Similitud.....	5
Autoría	6
Dedicatoria.....	7
Agradecimiento.....	8
Índice de Contenido	9
Resumen.....	11
Abstract	12
Introducción	13
Antecedentes	15
Justificación	22
Objetivos.....	24
Marco conceptual.....	25
Gestión de la información en las organizaciones	25
Inteligencia de Negocios	26
Componentes de la Inteligencia de Negocios	27
Herramientas de Inteligencia de Negocios.....	29
Inteligencia de Negocios y gestión de la información	31
Inteligencia de Negocios como soporte para la toma de decisiones	32
Marco Metodológico.....	34
Triangulación de los datos	36

Análisis de resultados	61
Conclusiones	65
Recomendaciones	67
Referencias bibliográficas.....	68
Anexos	71
Anexo 1. Propuesta	71
Anexo 2. Formato de entrevista	82
Anexo 3. Ficha de observación	84
Anexo 4. Evidencia fotográfica.....	86

Resumen

El presente trabajo de investigación se centra en analizar el manejo de la información dentro de la empresa Comercial Máster S.A., dedicada a la venta al por menor y mayor de artículos de ferretería, materiales eléctricos, pinturas y productos de vidrio en comercios especializados en la ciudad de Manta.

El estudio tuvo como objetivo analizar la influencia de inteligencia de negocios en la gestión de la información en la empresa comercial Máster S.A., año 2025, para de esta manera identificar las oportunidades de mejora mediante la aplicación de herramientas de inteligencia de negocios. La investigación se desarrolló bajo un enfoque cualitativo y la modalidad de estudio de caso, utilizando como técnicas la entrevista, con un muestreo no probabilístico intencional conformado por cuatro informantes clave, más la observación directa para recopilar información sobre los procesos organizacionales.

En el desarrollo del caso se evidenciaron diferentes debilidades en la empresa y de cómo se maneja la información, presentando ineficiencias tanto en la toma de decisiones como en la creación de conocimiento. Estos resultados permitieron proponer una estrategia de solución basada en inteligencia de negocios para fortalecer la gestión de la información, mediante una capacitación en Microsoft Power BI, orientada al uso de esta herramienta para el análisis y visualización de información empresarial.

Palabras clave: Inteligencia de negocios, gestión de la información, toma de decisiones.

Abstract

This research focuses on analyzing information management within Comercial Máster S.A., a company dedicated to the wholesale and retail sale of hardware, electrical supplies, paints, and glass products in specialized stores in the city of Manta.

The study aimed to analyze the influence of business intelligence on information management at Comercial Máster S.A. by 2025, in order to identify opportunities for improvement through the application of business intelligence tools. The research was conducted using a qualitative approach and a case study methodology. Data collection techniques included interviews with a purposive, non-probability sampling method involving four key informants, as well as direct observation to gather information on organizational processes.

The case study revealed several weaknesses within the company and in its information management practices, demonstrating inefficiencies in both decision-making and knowledge creation. These results allowed us to propose a business intelligence-based solution strategy to strengthen information management through Microsoft Power BI training, focused on using this tool for the analysis and visualization of business information.

Keywords: Business intelligence, information management, decision-making.

Introducción

En la actualidad, la información se ha convertido en uno de los recursos más importantes para las organizaciones, llegando a generar grandes volúmenes que, al ser gestionados de manera eficiente y con el uso de tecnologías, indicadores y mecanismos de análisis, las organizaciones pueden optimizar la gestión de la información y convertir este recurso en una estrategia para fortalecer la competitividad y mejorar la toma de decisiones.

En este contexto la inteligencia de negocios se ha consolidado como un conjunto de herramientas y metodologías que permite transformar los datos en información útil para apoyar la gestión empresarial, no obstante, muchas empresas aún presentan limitaciones en la administración de información lo que dificulta la disponibilidad de datos confiables y oportuno para la toma de decisiones creando así una brecha que limita la eficiencia en sus procesos disminuyendo las oportunidades de crear reales ventajas competitivas, evidenciando la necesidad de analizar el papel de la inteligencia de negocios como un mecanismo para optimizar los procesos de gestión de la información.

En este sentido la presente investigación llevada a cabo en la empresa Comercial Máster S.A. dedicada a la comercialización de artículos de ferretería, materiales eléctricos, pinturas y productos de vidrio en la ciudad de Manta, nace de la necesidad de mejorar el manejo y distribución de la información, teniendo como objetivo analizar la influencia de inteligencia de negocios en la gestión de la información en la empresa Comercial Máster S.A., año 2025 e identificar las oportunidades de mejora y proponer estrategias que contribuyan al fortalecimiento de los procesos organizacionales

Para alcanzar este objetivo, se desarrolló una investigación con enfoque cualitativo mediante un caso de estudio utilizando métodos investigativos como los métodos bibliográficos inductivos, deductivos, analíticos y sintéticos, aplicando técnicas como la observación y la entrevista como principales técnicas de obtención de información.

Antecedentes

Con el paso de los años, han surgido diversas metodologías de cómo se maneja la información, las cuales se han ido fortaleciendo para la mejora de la operabilidad de las empresas y su éxito al momento de llegar a tomar decisiones, el concepto de Inteligencia de Negocios (Business Intelligence) nace como una respuesta de las organizaciones para poder manejar los grandes volúmenes de datos que se generan día a día para así poder convertirlas en información útil con la cual se puede gestionar, analizar y crear planes estratégicos, mejor respaldados y procesos eficientes para beneficio del funcionamiento óptimo de la misma organización.

Si bien el uso de herramientas tecnológicas es algo que destaca en la actualidad cuando se refiere a este tema, no siempre fue así, el primer concepto de “inteligencia de negocios” surgió en el año 1885 por el autor Richard Miller Devens en su libro “*Cyclopaedia of Commercial and Business Anecdotes*”, el cual se basa en cómo un banquero se dedica a recopilar información de su entorno competitivo y así mismo del mercado para poder tomar mejores decisiones y más rápidas que le den ventaja competitiva en su entorno.

Este autor, no se refería al uso de la tecnología para el análisis de los datos, sino que era netamente sobre investigación y el provecho que se obtenía a la información para obtener ventaja en su entorno de trabajo, en tales circunstancias el concepto fue evolucionando durante la primera mitad de del siglo XX con herramientas como:

- Sistemas de información contable
- Reportes manuales
- Registros administrativos

Posteriormente, en la segunda mitad de siglo por los años 1950 a 1980 con la llegada de las primeras computadoras al mercado, se crean los MIS (Management Information Systems) o por su traducción, sistemas de gestión de información, con los cuales se dio a conocer la automatización para la generación de reportes a así, conforme avanza el tiempo se fueron inventando nuevas tecnologías tales como las bases de datos relacionadas (Edgar F. Codd en 1970) y el lenguaje SQL.

Pero no fue hasta 1985 cuando el concepto actual de inteligencia de negocios nació como una disciplina formal, gracias a Howard Dresner, un analista de la empresa internacional Group Garnet, quien lo describe como “Conjuntos de conceptos y métodos para mejorar la toma de decisiones mediante el uso de información basada en hechos.” Posteriormente, en los 90 se da la aparición de la Data Warehouse y el crecimiento de Olap, dándonos así paso a la consolidación de la inteligencia de negocios corporativa.

Con esto se hace más grande la expansión de herramientas para el uso de este enfoque, dándose así la aparición de varios programas ahora más reconocidos como los procesamientos en la nube, Power BI, Tableau, Qlik y sin olvidar la integración de inteligencias artificiales en los procesos.

En la actualidad se tienen nociones del tema como las encontradas en los trabajos de investigación de Muñoz-Hernández et al. (2016), que define la inteligencia de negocios como un conjunto de metodologías, procesos y herramientas tecnológicas que ayudan a transformar los datos obtenidos en información valiosa, certera y de peso profesional para fundamentar la toma de decisiones estratégicas, lo cual no se separa mucho al concepto inicial o por así decirlo “original” que nos da Howard Dresner.

Por otra parte, también se hace alusión a que la inteligencia de negocios está estrechamente relacionada con la gestión de la información por sus características de funcionamiento junto con beneficios que dan al manejo de la información, y con esto coincide la revista Redilat en su artículo “Inteligencia de negocios en la gestión empresarial” solo que aquí se demuestra como más bien una herramienta o enfoque muy completa dentro de la gestión informacional/empresarial la cual ayuda a dirigir los datos e información para la toma de decisiones.

Podemos visualizar percepciones y conceptos similares de la inteligencia de negocios aplicados en proyectos como en el estudio *“Implementación de un modelo de Business Intelligence para mejorar el proceso de toma de decisiones en el área de Trade Marketing de la marca Puma, Lima”*, Chavarría Romero (2021), el cual señala que la empresa Puma estaba atravesando dificultades en su almacenamiento y análisis de datos, los cuales se debían en su gran mayoría al uso de herramientas manuales tales como libros de Excel, que si bien es cierto Excel es una herramienta de inteligencia de negocios no es la más nueva ni la más completa en la actualidad, también está la falta de una mejor estructura de datos al no tener un modelo centralizado.

Para dar solución a la conflictiva situación operativa relacionada con la gestión se aplicaron componentes como lo son el modelo de estrella, procesos ETL y tableros interactivos de Power BI; estos le dan paso a la disminución de tareas manuales para así mejorar el tiempo, la transformación y análisis de los datos obtenidos, estos beneficios de la implementación de conceptos y herramientas de inteligencia de negocios se pueden ver reflejados en sus resultados en los cuales se demuestra una mayor optimización operativa y reducción considerable de tiempo invertido en la generación de los reportes.

En tales circunstancias, en la gestión de la información gerencial, esta clase de metodologías y conceptos es vital para el conocimiento académico y práctico laboral para el ambiente competitivo que se requiere en este entorno corporativo, teniendo en cuenta que estas herramientas y tecnologías son más comúnmente usadas en la actualidad llegando a hacer una necesidad básica en las compañías de diferentes tipos de magnitud en carga laboral, por lo que la empresa seleccionada “COMASTER S.A.”, no es la excepción.

Esta empresa, fue fundada en 1987 en la ciudad de Manta como una unidad capital distribuida, en otras palabras, sin un dueño específico, esta compañía se ha dedicado a la importación y comercialización de materiales eléctricos, industriales, control y automatización en baja, media y alta tensión, constituida legalmente para su funcionamiento en el país, es distribuidor autorizado de marcas europeas, asiáticas y americanas como SIEMENS, SCHNEIDER, GENERAL ELECTRIC, PHELPS DODGE, CENTELSA, SYLVANIA, MAVIJU entre otras, que se utilizan en las industrias productoras en general y para embarcaciones de pesca marina industrial.

Su giro comercial principal: ferretería, materiales de construcción, artículos eléctricos, iluminación, cables, herramientas y accesorios, varias fichas comerciales la describen como tienda/ferretería especializada y comercio mayorista/minorista de materiales.

Por su expansión, en esta empresa, se manejan muchos datos e información, llevando procesos diarios como órdenes de compra, facturas, entregas, entre otras.

Si bien la compañía se ha mantenido estable con su sistema de información cotidiano no es el más adecuado ,pues ha tenido inconvenientes en la gestión de información que se genera día a día, así como también problemas con el sistema de comunicación interna entre vendedores

despachadores y departamento de ventas, así como también y el uso de páginas de Excel como uno de sus principales sistemas de información, que si bien sigue siendo una herramienta de inteligencia de negocios da paso a la mejora con sistemas o herramientas más actuales, rápidas y eficientes que pueden llegar a implementarse para dar una mejora y ventaja oportuna en el ámbito competitivo a esta empresa.

Por ello, considerando la situación actual, lo que busca esta investigación es analizar la influencia de inteligencia de negocios en la gestión de la información en la empresa comercial Máster S.A., año 2025 y proponer nuevas herramientas de inteligencias de negocios acorde a los datos que manejan junto con la capacitación del personal para así mejorar el uso de su información con métodos como los procesos de integración de datos, automatización de reportes, dashboards, los cuales dan mayor calidad de la información junto con su accesibilidad y organización, sacando así su mayor provecho en dar ventaja en el entorno competitivo en el que se maneja la empresa.

Definición de caso de estudio

La investigación se realizó utilizando el método de caso de estudio, que según Muñoz-Hernández et al. (2016), este tipo de investigación se orienta a comprender fenómenos complejos a partir de su contexto, integrando varias fuentes de información para lograr una interpretación extensa de gran valor de la situación estudiada.

Este caso de estudio se realizó en la empresa COMERCIAL MÁSTER S.A., con el objetivo de analizar la influencia de inteligencia de negocios en la gestión de la información su relación en implementación, manejo y conocimiento que tengan los empleados sobre la inteligencia de negocios y explorar la oportunidad de mejora para dar una propuesta que les ayude a mejorar el manejo de información.

Bajo estas perspectivas se realizó una observación directa de cómo se desarrollan los procesos informacionales dentro de la organización, identificando limitantes en el manejo de los datos, tales como la dispersión de la información y el uso de las principales herramientas tradicionales.

De igual manera, el estudio tiene bases en lo planteado por Joyanes Aguilar (2019), quien señala que el análisis de los sistemas de información dentro de las empresas permite identificar oportunidades de mejora en la gestión y el aprovechamiento de los datos, lo que es reafirmado por Chavarría Romero (2021) quien destaca que el estudio del contexto organizacional específico hace más fácil la aplicación de soluciones con base en inteligencia de negocios, orientadas a optimizar procesos y mejorar la toma de decisiones.

De igual forma, a través de este caso de estudio, se buscó observar y entender la realidad de la empresa desde la perspectiva de los empleados, puesto que son quienes manejan la

información, considerando sus experiencias y nivel de conocimiento sobre la gestión de la información y el uso de herramientas tecnológicas, lo que permitirá no solo el describir la situación actual de la organización, sino también medir el manejo y eficiencia que se tiene respecto a la gestión de la información con la inteligencia de negocios, y junto a la recopilación de datos que se obtengan a través de las técnicas de la entrevista y observación ofrecer una propuesta que permita mejorar la calidad, accesibilidad y organización de la información.

En consecuencia, el caso de estudio se presenta como una metodología pertinente para esta investigación, ya que permite integrar el análisis teórico con la realidad práctica de la empresa, facilitando la formulación de propuestas acertadas, con base en el uso de inteligencia de negocios, orientadas a mejorar la gestión de la información y apoyar la toma de decisiones estratégicas dentro de la organización.

Justificación

La presente investigación surge de la necesidad de analizar la influencia de inteligencia de negocios en la gestión de la información en la empresa Comercial Máster S.A., año 2025 y cómo se gestiona la información dentro de Comercial Máster S.A. y de analizar de qué manera la inteligencia de negocios puede contribuir a mejorar este proceso, durante el desarrollo del estudio se identificaron dificultades relacionadas con la fragmentación de la información, el uso de procesos manuales y las limitaciones para acceder a datos oportunos, situaciones que pueden afectar la eficiencia de la empresa y la calidad de las decisiones que se toman; por ello, resulta importante investigar este caso, ya que permitirá comprender la realidad de la organización y plantear una propuesta de mejora ajustada a sus necesidades.

En el ámbito académico, este estudio representa una oportunidad para aplicar los conocimientos adquiridos durante la formación profesional en relación con la gestión de la información y la inteligencia de negocios, además de poner en práctica los fundamentos teóricos y metodológicos aprendidos en la carrera, la investigación permite contrastarlos con una situación real, fortaleciendo las capacidades de análisis, investigación y resolución de problemas, por otro lado los resultados de la presente investigación servirán como material de consulta para futuros estudios relacionados con estas temáticas.

Desde la perspectiva profesional, la investigación aporta información que puede ser utilizada por la empresa para reconocer las debilidades presentes en sus procesos de gestión de la información y establecer acciones de mejora, la propuesta planteada busca contribuir a la organización mediante la implementación de herramientas y estrategias de inteligencia de negocios que faciliten la integración de la información, reduzcan los tiempos de respuesta, optimicen los procesos internos y respalden una toma de decisiones más ágil y fundamentada.

Finalmente, y desde el punto de vista social, el estudio promueve el uso adecuado de la información como un recurso estratégico para fortalecer la competitividad empresarial y fomentar la transformación digital de las organizaciones, aunque la investigación se desarrolla en una empresa específica, los resultados y la propuesta pueden ser tomados como referencia por otras organizaciones con características similares que enfrenten dificultades en la gestión de su información y de esta manera se contribuye a la generación de conocimiento y al impulso de prácticas organizacionales más eficientes, sostenibles y orientadas al aprovechamiento de las tecnologías de la información.

Objetivos

Objetivo general

Analizar la influencia de inteligencia de negocios en la gestión de la información en la empresa comercial Máster S.A., año 2025.

Objetivos específicos

1. Identificar las herramientas de la inteligencia de negocios utilizadas en la empresa y analizar su contribución a la gestión de la información
2. Describir los procesos de gestión de la información implementados en la empresa, considerando su organización, tratamiento, almacenamiento y disponibilidad para la toma de decisiones.
3. Evaluar la relación entre la aplicación de la inteligencia de negocios y la eficiencia en la toma de decisiones dentro de la empresa
4. Proponer estrategias fundamentadas en herramientas de inteligencia de negocios que contribuyan al fortalecimiento de la gestión de la información.

Marco conceptual

Gestión de la información en las organizaciones

La gestión de la información es un proceso de suma importancia en las organizaciones, ya que este permite distribuir, administrar y utilizar de una manera más beneficiosa los datos que se generan en varias secciones operativas.

Muñoz Hernandez et.al (2016), señalan:

Que la información es un recurso estratégico y que cuando se gestiona de una manera correcta fortalece de gran manera a la planificación, orden y eficiencia en la toma de decisiones, lo que significa que no se trata solo de contener o almacenar datos que lleguen o se generen, sino de transformarlos en información que sea útil, confiable, pero sobre todo oportuna.

En este sentido, Joyanes Aguilar (2019), expresa:

La gestión de la información se extiende en un grupo de actividades dentro de las cuales están la recopilación, el almacenamiento, procesamiento, análisis y la distribución de la información, todo esto con el fin de sustentar los procesos de las organizaciones, lo que permite que la información circule de una manera ordenada en la empresa, evitando que se desorganicen los datos, se dupliquen o se pierdan.

Por otro lado, García-Jiménez, Aguilar-Morales et.al. (2021) señalan:

Que la gestión de la información es la base de las empresas para la competitividad, pues las que lleven un mejor control administrativo sobre su información son más propensas a adaptarse con más rapidez a los cambios que se den en su entorno, pudiendo así saber aprovechar las oportunidades de mejora que se les presentan para la toma de decisiones, por lo que la

información ya no solo se presenta como un elemento estático sino como un activo estratégico que ayuda a generar valor a las organizaciones.

Inteligencia de Negocios

Se refiere a un grupo integral de métodos, procesos y herramientas utilizadas por medios tecnológicos que ayudan a las empresas al momento de transformar datos en información y así guiar la toma de decisiones en las organizaciones.

En este sentido, Muñoz-Hernández et al. (2016) señala que la inteligencia de negocios es un sistema integral que une tecnologías de la información con prácticas de la gestión, esto con el fin de convertir grandes volúmenes de datos en conocimiento estratégico.

En el contexto de las aportaciones de Joyanes Aguilar (2019), se sintetiza en que:

La inteligencia de negocios es una disciplina que conlleva el análisis de datos, la gestión de información y los sistemas de apoyo para la toma de decisiones, lo que permite a las empresas comprender de una mejor manera sus procesos, que se pueda detectar oportunidades de mejora y puedan aminorar la incertidumbre en sus planes estratégicos, por lo que desde este punto de vista, la inteligencia de negocios no solo se trata de una herramienta tecnológica sino de una visión organizacional que apunta al uso inteligente de la información.

En el contexto latinoamericano, Alvarado-Apodaca et al. (2023) resaltan que la investigación y aplicación de la inteligencia de negocios ha subido considerablemente en estos últimos años, sobresaliendo las áreas como la gestión empresarial, la administración pública y el área educativa, sin embargo, también señala que existen desbalances en la integración de datos lo que estaría ocasionando que la información se disperse.

Por lo expuesto anteriormente se deduce que la inteligencia de negocios tiene una evolución constante como uso estratégico en la gestión de la información, puesto que inicia con la recopilación de datos y termina con su análisis, se indica además que la inteligencia de negocios se posiciona como una herramienta indispensable para poder mejorar la gestión informacional.

Componentes de la Inteligencia de Negocios

Joyanes Aguilar (2019), señala:

Existen dos tipos de fuentes de datos, la interna y externa y que entre las fuentes de datos internas podemos encontrar los datos de las ventas, el inventario, datos de los trabajadores manejados por recursos humanos y operaciones que tenga la empresa para sus estrategias o funcionamiento diario, mientras que, por otro lado, las externas son datos más del entorno de la empresa, tales como el estudio del mercado en el que se manejan o los que les afectan, leyes de funcionamiento o información de organizaciones que hacen la competencia, al haber estas diferencias y gran volumen de información se necesita un sistema, mecanismo, herramienta que deje a las organizaciones poder integrarlas de una forma comprensible y ordenada.

Como segundo componente fundamental tenemos los procesos ETL (Extracción, Transformación y Carga). Chavarría Romero (2021) indica que:

Este conjunto de procesos empieza con la extracción, con el cual se dedica a obtener y reunir datos de varias fuentes; el segundo proceso, la transformación consiste en optimizar estos datos para crear información limpia y estandarizada a regulaciones impuestas, y por último el proceso de carga que es el almacenar esta información en una base de datos central.

Atauchi Palomino & Romaní Quispe (2023) indican que estos procesos ayudan a eliminar datos duplicados, enmendar errores y dar pie a la coherencia e integridad de los datos, lo que se traduce a informes, reportes, estadísticas lo que permitirá que los datos sean más precisos y confiables.

Otro componente clave es el Data Warehouse, que es un repositorio centralizado donde se almacena la información organizada para su análisis, lo que coincide con Muñoz-Hernández et al. (2016), que define el Data Warehouse como un centro de almacenamiento de datos especialmente diseñado para la toma de decisiones, el cual ayuda encontrar información pasada de una manera más rápida y a analizar la misma.

En contraste a las bases de datos operacionales, el Data Warehouse es más enfocado en el análisis y no solo en llevar un registro de las operaciones u transacciones diarias, en este sentido lo relacionado con el Data Warehouse tenemos a los Data Mart, que son subconjuntos del Data Warehouse guían a entornos más específicos dentro de las organizaciones como lo son las áreas de ventas, finanzas y logística.

Según Joyanes Aguilar (2019), los Data Mart conceden a cada departamento o área el acceso a información adaptándose a las necesidades que tengan, lo que mejora en un grado alto la eficiencia en el análisis de los datos; relacionado también a esta clase tenemos el OLAP (On-Line Analytical Processing) que constituye otro componente esencial del BI.

De igual forma, Chavarría Romero (2021) especifica que el OLAP ofrece el hacer análisis multidimensionales de la información, esto se traduce a que analiza la información no solo desde varios puntos de vista sino desde varias dimensiones, usando la palabra “dimensión” como una forma de clasificar datos tales como el tiempo, producto, lugar, cliente, vendedor, lo que facilita

la comparación de todos los datos o “dimensiones”, dándonos una visión más completa y profunda del comportamiento de la empresa y sirve de apoyo al momento de tomar decisiones estratégicas.

De acuerdo con, Silva Solano (2017), indica:

Que la buena integración de todos estos componentes es lo que les asegura el éxito de un sistema de inteligencia de negocios, si uno de estos presentara falencias, el sistema completo bajaría su efectividad y no cumpliría con su principal propósito que es el gestionar la toma de decisiones, por lo tanto, en el contexto de esta investigación bajo la metodología de estudio de caso, estos componentes son la base técnica que concede el poder mejorar la gestión de la información dentro de las organizaciones.

Herramientas de Inteligencia de Negocios

Al momento de hablar de la inteligencia de negocios es necesario mencionar las herramientas y medios tecnológicos en los que actualmente se apoyan estos enfoques para implementar sus componentes dentro de las organizaciones.

Las herramientas ayudan a facilitar la integración de los datos, a analizar la información, para con esto poder realizar los dashboards y reportes gerenciales, los cuales son la parte visible de la inteligencia de negocios para las presentaciones a los usuarios finales.

Quisaguano Collaguazo et al. (2024) describen los dashboards como una herramienta que permite visualizar los indicadores clave de desempeño (KPIs) mediante gráficos, tablas y paneles interactivos, lo que es de ayuda al momento de interpretar la información convirtiendo datos dispersos y complejos en información manejable y accesible para los directivos.

Muñoz-Hernández et al. (2016) asegura que las herramientas de inteligencia de negocios son indispensables para convertir los datos a información y conocimiento, pues estas realizan procesos difíciles reduciendo así el tiempo para tener información estratégica de calidad.

Entre los medios tecnológicos para realizar este tipo de herramientas podemos encontrar las de mayor uso actualmente como lo son Power BI, Tableau, Qlik Sense y Pentaho.

Quisaguano Collaguazo et al. (2024) hicieron un análisis para comparar su efectividad entre los medios tecnológicos de Power BI y Olik Sense, resultados satisfactorios en cuanto a su uso y beneficio, resaltando su efectividad en la creación de tableros estratégicos y el análisis de indicadores clave de desempeño, sin embargo, de entre esta comparación se destaca más Power BI por su mejor accesibilidad gracias a su mayor compatibilidad con sistemas de Microsoft y su facilidad de uso junto con aprendizaje para los usuarios.

Sin embargo, es necesario indicar que no todos los medios tecnológicos para la creación de herramientas de inteligencias de negocios son aplicables en cualquier organización, este debe adaptarse a la situación de esta y sus necesidades, en este sentido, Chavarría Romero (2021) indica que: Cuando se va a escoger alguno de estos medios tecnológico para usar herramientas de inteligencia de negocios es necesario considerar variables como la estructura interna tecnológica existente, el volumen de datos a manejar, el presupuesto que se tiene para poder conseguir este medio y el nivel de capacitación del personal para manejarlos.

Por otro lado, la errónea selección de una herramienta o medio tecnológico puede crear el efecto contrario al deseado, como hacer más lento el análisis de los datos generando así una resistencia o rechazo por parte de los usuarios.

Atauchi Palomino & Romaní Quispe (2023) resaltan que:

El uso de herramientas de inteligencia de negocios como en la gestión comercial como un medio que ayuda a aminorar significativamente el tiempo para elaborar los distintos tipos de reportes informacionales, esto significa que estas herramientas aportan beneficios técnicos sí, pero también tienen un impacto directo en la eficiencia de las operaciones en las organizaciones.

Inteligencia de Negocios y gestión de la información

La Inteligencia de Negocios mantiene una relación directa con la gestión de la información, pues su principal función es transformar los datos en información útil para la organización.

En este sentido, García-Jiménez et al. (2021) afirman que la inteligencia de negocios hace más fuerte a la gestión de la información en cuando a integrar datos, tener una mejor calidad y fácil acceso.

Por otro lado, y siguiendo esta misma línea de conceptos Delgado Anaya & Salas Cuevas (2020), argumentan que la inteligencia de negocios agiliza la reacción al momento de resolver problemas cotidianos en la gestión de la información gracias a que este centraliza la información en un Data Warehouse, garantizando una visión completa multidimensional de la organización.

De igual forma, Núñez Velasco & Chancusig Chisag (2025) destacan:

Que, el uso de la inteligencia de negocios mejora significativamente la información en lo que a calidad se refiere, resaltando mayor beneficio en instituciones públicas, ya que estas estandarizan los datos y les permiten crear reportes eficientes, como ya se dijo anteriormente, este estudio se centra en el sector público, sus resultados también pueden verse evidenciados de una exitosa manera en el ámbito empresarial.

Muñoz Hernandez et.al. (2016) afirman:

Que la inteligencia de negocios funciona como un puente que enlaza la tecnología con la gestión, pues esta integra herramientas informáticas con los procesos organizacionales guiados a planes estratégicos de información, es decir, que una correcta gestión de la información funciona de una mejor manera con un sistema como apoyo para garantizar su calidad, seguridad y oportuna accesibilidad a los datos, por lo que la inteligencia de negocios es presentada como una respuesta de solución integral, puesto que une mecanismos de control de calidad de datos junto con la confiabilidad de las fuentes y para visualización de la información.

En este contexto de este estudio de caso, la relación que tienen la inteligencia de negocios y la gestión de la información es de muy importante, pues se busca justificar que la inteligencia de negocios si puede mejorar la calidad, accesibilidad y organización de la información dentro de las empresas, y con esto permitir que las mismas tengan a la mano información confiable y eficiente para que sirva como base en la toma de decisiones estratégicas.

Inteligencia de Negocios como soporte para la toma de decisiones

La toma de decisiones es un proceso importante dentro de la gestión organizacional, pues de esta depende la dirección que tomara una empresa en la mayoría de sus departamentos, resaltando entre ellos el estratégico, operativo y financiero.

En este sentido, Martínez García (2010) sostiene que las decisiones empresariales deben tener sus bases en información confiable y eficiente, gracias a que solo es necesaria una sola decisión mal fundamentada dentro de una organización para ocasionar un mal impacto para su competitividad.

La investigadora coincide con este criterio pue se deja claro que la inteligencia de negocios se presenta como una herramienta de apoyo en la calidad de los procesos y toma de decisiones al proporcionar un análisis integral de la misma.

Núñez Velasco & Chancusig Chisag (2025) a este respecto indican que la inteligencia de negocios mejora exponencialmente la toma de decisiones al hacer más fácil el acceso de datos integrados de calidad.

De igual forma, Ríos-Carrión et al. (2021) afirman:

Que la inteligencia de negocios es un enlace entre la información y la toma de decisiones, pues esta convierte datos técnicos en conocimiento entendible para los directivos o responsables de la gestión del área correspondiente y es así como se promueve una cultura organizacional con base en decisiones con fundamentos en evidencias y no solamente en experiencias o sesgos de intuición.

Por su parte, Haro Sarango et al. (2023) resalta la inteligencia de negocios como un fortalecedor de decisiones estratégicas al poder realizar los análisis de tendencias, patrones y comportamiento organizacional.

De lo que se deduce que, la inteligencia de negocios es el principal soporte para la mejora de toma de decisiones estratégica al poder presentar visualmente la información de forma clara y comprensible, facilitando así a los responsables de gestión y directivos evaluar el desempeño empresarial e identificar las oportunidades de mejora y generar estrategias basadas en información confiable

Marco Metodológico

La presente investigación es de enfoque cualitativo, pues lo que busca comprender y analizar de una manera profunda el cómo la implementación de la inteligencia de negocios contribuye a la gestión de la información en las organizaciones, todo esto tomándolo desde la percepción, experiencia y opiniones de los trabajadores en la empresa escogida, el enfoque cualitativo permite estudiar la situación desde un punto de vista que da paso a la interpretación, tomando en cuenta la situación actual en la que se dan los procesos organizacionales

Este enfoque permite analizar el fenómeno de estudio desde la interpretación y comprensión de significados

Por su alcance la investigación es exploratoria, descriptiva y propositiva, por su tiempo es transversal, considerando que se analizó el fenómeno en un solo momento, por la fuente de datos es de campo, considerando que se recolectaron datos directamente del entorno del sujeto de estudio.

En lo que respecta a las técnicas, se aplicaron la observación y la entrevista; así como los instrumentos de guía de observación y guía de entrevistas.

Los métodos utilizados fueron: el deductivo, porque permitió que, a partir de los fundamentos teóricos de la inteligencia de negocios y la gestión de la información, orientar el análisis del caso de estudio.

El inductivo, porque facilitó el análisis de la información recopilada en la empresa, permitiendo obtener conclusiones y proponer estrategias de mejora a partir de la evidencia empírica.

El analítico porque permitió descomponer el fenómeno en sus diferentes partes para estudiar cada una de ellas por separado y comprender cómo contribuyen al conjunto, permitió examinar cada componente, identificar las causas, relaciones y características, además de ello, interpretar la información obtenida mediante la observación y las entrevistas, detectando fortalezas, debilidades y oportunidades de mejora

La síntesis, porque permitió integrar los resultados obtenidos durante el análisis para construir una visión global del fenómeno estudiado, relacionar la información analizada, integrar los resultados, formular conclusiones, recomendaciones y propuestas de mejora

El bibliográfico, permitió recopilar, revisar y analizar información científica proveniente de libros, artículos indexados, tesis, normas e informes especializados relacionados con la inteligencia de negocios, la gestión de la información y la toma de decisiones. Esta revisión documental sirvió para construir el marco teórico, establecer los antecedentes de la investigación y sustentar el análisis e interpretación de los resultados obtenidos en el estudio de caso

La población estuvo conformada por diecinueve trabajadores y un gerente, contando con una muestra de cuatro personas seleccionadas en un muestreo no probabilístico intencional por informantes clave, incluido el gerente.

La presente investigación se desarrolló en dos fases: en la primera se trabajó hasta el marco metodológico; y en la segunda se aplicaron las técnicas, se realizó la triangulación, conclusiones, recomendaciones y propuestas.

Triangulación de los datos

Preguntas	Asesor comercial	Gerente de ventas	Gestión Cobranzas	Contadora	Cita	Análisis
1, ¿Como describiría el proceso de gestión de la información dentro de la empresa?	Es bueno, el tratamiento de la información está manejada por el sistema administrativo y contable para tener siempre una disponibilidad en información actualizada.	Es un poco limitado y a veces solo tiene un área determinada.	Es un proceso mixto, ya que se cuenta con un sistema contable donde se ingresa toda la información y también es manual, ya que la información también reposa en un archivo físico la comunicación es principalmente verbal y por	En cuanto al proceso De gestión de información la empresa no cuenta con una gestión como tal, Puesto a que cada departamento maneja la información de forma independiente.	La gestión de la información es un sistema integrado que procesa, clasifica, almacena y utiliza la información recolectada con el fin directo de apoyar las operaciones, la administración y las funciones de toma de	Las respuestas de los entrevistados demuestran que la gestión de la información en COMERCIAL MASTER S.A. se desarrolla de manera parcialmente estructurada. Mientras que algunos participantes dicen que existe

correos electrónicos.	decisiones en una organización (Altındağ & Öngel, 2021)	un buen manejo gracias al sistema administrativo y contable, otros señalan que les es limitado en lo que a descentralización de la información se trata, junto con la dependencia de procesos manuales y físicos. Tomando en cuenta esto, la definición de gestión de la información propuesta por,
-----------------------	---	---

Altındağ &
Öngel (2021),
que procesa,
clasifica,
almacena y
utiliza la
información
recolectada con
el fin directo de
apoyar las
operaciones y
decisiones. Sin
embargo, los
testimonios
muestran que los
procesos
mencionados no
se realizan de
una forma
integrada en
todos los
departamentos.

Entonces, existe un obstáculo entre la gestión ideal planteada por la teoría y la realidad que se vive dentro de la organización, donde la información permanece fragmentada y con diferentes niveles de acceso.

2. ¿Qué recomendación es propondría para mejorar la gestión de la información mediante	La creación de un canal por el que se comparta la información a los empleados sobre la situación de los	Desde mi posición como vendedor deberíamos tener acceso al sistema de forma remota	Que existe alguna herramienta o plataforma en la nube que estén en red para que todos tengamos	Sería recomendable, capacitaciones para implementar nuevas tecnologías para	Es necesario establecer canales de comunicación efectivos que sean útiles para tomar decisiones	Se puede observar en los diferentes resultados, que los entrevistados coinciden en lo que a la
---	---	--	--	---	---	--

nuevas tecnologías?	productos de la empresa, por ejemplo, el historial de un producto en la empresa, con detalles como sus ventas en diferentes fechas, proveedores y cambios de precios.	para poder solventar cotizaciones y precios	acceso a la información de manera más eficiente y así evitar la demora en las solicitudes de información.	una verdadera gestión de la información eficiente.	oportunas y precisas y, a su vez, contribuyan a la productividad y competitividad organizacional mediante la integración de módulos de información (Haro Sarango, et al, 2023, p. 3369).	necesidad de implementar herramientas tecnológicas respecta, con la idea de que permitan compartir información de forma rápida y accesible entre todos los departamentos. Se destacan el acceso remoto al sistema, plataformas en la nube y capacitaciones para el personal. Estas opiniones se ven
----------------------------	---	---	---	--	--	---

relacionadas con lo planteado por Haro Sarango, et al. (2023), en este contexto se sostiene que los canales de comunicación efectivos y la integración de módulos de información favorecen la productividad y competitividad organizacional.

En las respuestas se puede detectar una percepción común sobre la necesidad de

actualizar los procesos informativos, esto evidencia el que los trabajadores si identifican y consideran oportunidades de mejora mediante soluciones tecnológicas más eficientes.

3. ¿Cuáles son las principales dificultades que enfrenta la empresa en el manejo de la información?	No se tiene suficiente acceso al sistema de la empresa, este existe, pero es solo para ciertos empleados, lo	No tenemos un acceso entre comillas real a la información	Fragmentación, ya que la información está dispersa e indiferentes computadoras lo que dificulta encontrar la	Como principal inconveniente podría ser la actualización de tecnologías, su tipo, o su modernización	Uno de los más grandes desafíos en la actualidad es identificar dónde se encuentran los datos, homologarlos y	Los resultados muestran que las principales dificultades se encuentran relacionadas con él poco o limitado acceso
--	--	---	--	--	---	---

que retrasa la venta de los productos, puesto que los vendedores tienen que andar pidiendo esa información a los autorizados en el sistema, retrasando la información que se le da a los clientes y el lapso de interés de compra de los mismos.	información de manera rápida	hacer que tengan un uso más fácil y fluido, ya que los datos al no estar alineados pueden generar desconfianza (Stewart, 2021, citado en Chavarría Romero, 2021, p. 17)	a la información que detallan los entrevistados, la separación de los datos en diferentes equipos y la falta de actualización tecnológica. Estos problemas generan retrasos en los procesos comerciales haciendo difícil el proceso de localización rápida de información relevante. Lo expresado por los entrevistados
--	---------------------------------	--	--

coincide con
Stewart (2021,
citado en
Chavarría
Romero, 2021),
quien señala que
la falta de
alineación y
centralización
de los datos
puede generar
desconfianza en
las
organizacionales
. Como
consecuencia, la
empresa
presenta
características
propias de
sistemas de
información

						fragmentados, donde la disponibilidad y calidad de los datos se ven afectadas.
4. ¿Qué tecnologías o herramientas utiliza actualmente para gestionar la información ?	Sistema administrativo contable Omega, y canales comunicación informales como WhatsApp	Nosotros trabajamos con el programa omega 2.0	Sistema contable omega y manual de procedimientos	La mayoría de la información se la maneja de forma física y documental.	El uso de herramientas de inteligencia de negocios y un modelo de toma de decisiones mejora la eficiencia y precisión en la obtención de información empresarial (Atauchi Palomino & Romaní Quispe, 2023, p. 18).	Las respuestas que dieron los entrevistados se indica que su principal recurso tecnológico utilizado es el sistema contable Omega, complementado por medios de comunicación informales como WhatsApp y documentos físicos. Aunque

estas
herramientas
permiten
desarrollar las
actividades
diarias, en la
entrevista se
evidencia una
dependencia
significativa de
procesos
manuales. Esta
situación
contradice lo
dicho por
Atauchi
Palomino &
Romaní Quispe
(2023), quienes
afirman que las
herramientas de
inteligencia de

						negocios mejoran la eficiencia y precisión en la obtención de información empresarial. Con esto, se puede inferir que la empresa aún se encuentra en una etapa inicial de madurez tecnológica respecto a la gestión estratégica de la información.
5. ¿Considera que la	Si, en el pensar del entrevistado piensa que la	Así es la toma de decisiones sería más rápida	Sí, ya que ayudaría a centralizar la	Podría ser, pero esto dependería del área en el	El Business Intelligence es una herramienta	En la mayoría de los resultados proporcionados

implementación de las herramientas de negocios mejoraría la gestión de la información?	implementación de una herramienta que permita tabular y visualizar la información de una manera oportuna ayudaría a la rapidez de la toma de decisiones y su eficiencia.	y no tendríamos que depender de 1/3 persona para poder llegar a una resolución	información y reducir errores y facilitar el acceso rápido y actualizado de todos los departamentos	que se la ejecutaría y el tipo de herramienta que la empresa decida utilizar.	clave para el uso de la información y la toma de decisiones empresariales, permitiendo que las organizaciones aprovechen la información como un insumo estratégico (García-Jiménez et al., 2021)	por los trabajadores, se considera que la implementación de herramientas de inteligencia de negocios contribuiría a centralizar la información, reducir errores y volver más eficiente la toma de decisiones. Además, resaltan la posibilidad de acceder a información actualizada en tiempo real. Estas opiniones
---	--	--	---	---	--	--

respaldan lo
señalado por
García-Jiménez
et al. (2021), en
como describen
la inteligencia
de negocios
como una
herramienta
clave para
aprovechar la
información
como recurso
estratégico.
Gracias a esto,
existe una
percepción
positiva para
con la adopción
de estas
tecnologías, aun
cuando algunos

						entrevistados admiten no poseer conocimientos profundos sobre el tema.
6. ¿Cuáles son las dificultades que enfrenta la empresa en el manejo y gestión de la información?	La falta de alcance de información oportuna.	Creo que es la actualización del programa que manejamos.	Fragmentación de la Información, dispersa en diferentes archivos y fuentes en la empresa.	La dificultad con la actualización constante de las tecnologías que utiliza para el manejo de la información esto se debe a que en muchos casos los sistemas de herramientas tecnológicas pueden quedar desactualizados con el tiempo lo que genera	Las falencias en la información, en su mayoría por demoras en el reporte, inconsistencia de información y el uso de diferentes formatos (Chavarría Romero, 2021, pág. 10)	Las respuestas hacen hincapié en problemas relacionados con la falta de acceso oportuno a la información, la dispersión de documentos y la tecnológica desactualizada y hasta cierto grado ineficiente. Los entrevistados

retrasos errores o faltas de eficiencia en el proceso La falta de modernización de estos recursos que ya se vienen usando en la empresa también son un problema, ya que sin una mejora renovación periódica Se vuelve más complicado acceder, compartir y organizar información.	consideran que estas limitaciones afectan la eficiencia operativa y la capacidad de compartir información entre las diferentes áreas. Todo lo dicho coincide con Chavarría Romero (2021, pág. 10), quien sostiene que la desactualización tecnológica y la inconsistencia de los datos generan retrasos
---	--

y dificultades en los procesos organizacionales. Por lo tanto, las opiniones reflejan la necesidad de fortalecer la infraestructura tecnológica y los métodos de gestión de información dentro de la empresa

7. ¿Qué nivel de conocimiento tiene sobre la inteligencia de negocios?	Poca, no sé a capacitado personalmente, ni ha recibido una instrucción especializada	No tengo conocimientos	Si algo básico, pero no totalmente capacitado para hablar del tema.	Ninguno, no he recibido capacitaciones personalmente ni por parte de la empresa.	Las organizaciones que utilizan inteligencia de negocios transforman datos en	Los resultados muestran un nivel bajo o hasta casi nulo, de conocimiento sobre inteligencia de
---	--	------------------------	---	--	---	--

por parte de la
empresa

conocimiento
útil para generar
ventajas
competitivas de
acuerdo con
(Davenport,
2010)

negocios entre
los participantes,
ya que la
mayoría afirma
no haber
recibido
capacitación
formal sobre el
tema. Aunque
algunos poseen
conceptos e
ideas básicas, en
general existe
una falta de
formación
especializada.
Esta situación
contrasta con lo
planteado por
Davenport
(2010), quien
destaca que las

organizaciones
que utilizan
inteligencia de
negocios
transforman los
datos en
conocimiento
útil para generar
ventajas
competitivas.
Entonces, la
limitada
comprensión de
estas
herramientas
puede
representar una
barrera para su
futura
implementación
y el sacar
provecho de la

						misma dentro de la organización
8. ¿Considera que la implementación de herramientas de inteligencia de negocios mejoraría la gestión de la información en la empresa?	Si, permitiría tener una mejor visión de la situación de la empresa y poder detectar las debilidades que los llevaría a tomar acciones para mejorar.	No estoy familiarizado con el tema inteligencias de negocios, pero considero que estar en la vanguardia con herramientas y tecnologías ayudará a mantenernos en pie en esta era nueva comercial	Sí, porque ayudaría a transformar la información y nos permitiría identificar patrones de comportamiento y anticipar problemas antes de que ocurran.	Dependiendo del área aplicar siento que Sí podría dar una mejora, aunque no estoy familiarizada del todo con el tema	La inteligencia de negocios es un proceso de análisis de datos empresariales con el fin de generar información valiosa y estratégica para la toma de decisiones. Es una herramienta crucial para las empresas de todos los tamaños, ya que les ayuda a comprender mejor sus	8. Aun con la poca existencia de conocimiento técnico sobre inteligencia de negocios entre los entrevistados, estos consideran que la incorporación de nuevas tecnologías podría mejorar significativamente la gestión de la información. Resaltan beneficios como

operaciones y a tomar decisiones más informadas y eficaces (Haro Sarango et al., 2023, pág. 3378)	la anticipación de problemas, una mejor visualización y difusión de los datos organizacionales . Estas perspectivas van muy de la mano con el contexto que plantean Haro Sarango et al. (2023, pág. 3378), quienes afirman que los sistemas de inteligencia de negocios facilitan el análisis y transformación
--	---

de datos en
conocimiento
útil para la toma
de decisiones.
En
consecuencia,
existe una
disposición
favorable hacia
la innovación
tecnológica
como
mecanismo de
mejora
organizacional

9. ¿De qué manera la información disponible influye en la toma de	La información es limitante es este aspecto a vista del entrevistado, pues no se ve una buena	Desde mi punto de vista como vendedor, es importante manejar Los costos de los materiales o	Tener la información disponible, Actualizada y Verídica permite que las decisiones que	Toda decisión siempre deberá estar respaldada Por una información clara oportuna confiable y	La información es una herramienta de soporte a las decisiones, promoviendo tecnologías que	Los empleados entrevistados reconocen que la calidad, disponibilidad y actualización de la información
--	---	---	--	--	--	--

decisiones dentro de la empresa?	entrega para el área comercial principalmente.	equipos que, Para Jugar con los precios o descuentos y poder cotizar De una forma más rápida	se vayan a tomar se basen en hechos y evidencias lo que minimiza riesgos	disponible de forma permanente, sí estas características se mantienen la toma de decisiones será más eficiente Y acertada.	permitan anticiparse a las demandas del mercado y reducir la incertidumbre (Martínez García, 2010, pág. 103)	tiene un impacto palpable directamente en la toma de decisiones. Mientras algunos consideran que el acceso limitado hace más difícil la gestión comercial, otros señalan que contar con información confiable permite reducir riesgos y permite realizar con mayor seguridad al
---	--	--	---	---	--	--

momento de
realizar su
trabajo. Estas
declaraciones
respaldan la
postura de
Martínez García
(2010, pág.
103), quien se
refiera a que la
información
funciona como
soporte
fundamental
para la toma de
decisiones y la
reducción de la
incertidumbre.
Lo que nos da
que los
resultados
demuestren que

la disponibilidad
de información
oportuna
constituye un
factor muy
decisivo e
importante para
mejorar la
eficiencia y
competitividad
de la
organización

Análisis de resultados

Los resultados obtenidos mediante las entrevistas y la observación directa permitieron identificar la situación actual de la gestión de la información en COMERCIAL MÁSTER S.A. Por medio de las observaciones, se pudo determinar que la empresa, posee herramientas para gestionar la información de la empresa, pese a ello, presentan una gestión poco centralizada y dependencia en procesos manuales, lo cual limita el acceso oportuno y la confiabilidad de los datos. Esta situación evidencia la necesidad de fortalecer la gestión de la información mediante herramientas de Inteligencia de Negocios, puesto que permitirá integrar, analizar y visualizar los datos para facilitar la toma de decisiones.

En este sentido, al consultar cómo se desarrolla el proceso de la gestión de la información dentro de la empresa, los entrevistados señalaron que existe un sistema administrativo y contable que facilita el manejo de ciertos datos; indicaron además que gran parte de la información la gestionan con métodos manuales, mediante archivos físicos, correos electrónicos, comunicación verbal entre empleados y departamentos.

De igual manera, algunos entrevistados indicaron que la información que manejan es de manera independiente, por lo que contrasta por lo planteado por la Altındağ & Öngel (2021), que define la gestión de la información como un proceso integral de obtención, organización, almacenamiento y uso de la información para apoyar la toma de decisiones.

En relación con las posibles mejoras, las respuestas proporcionadas los entrevistados convergen sobre la necesidad de adquirir nuevas tecnologías que les permita compartir información de forma más rápida y accesible, entre las propuestas mencionadas por los entrevistados se encuentran la implementación de plataformas, el

acceso remoto al sistema, la creación de canales compartidos de información y la capacitación del personal.

Estas opiniones reflejan una percepción común sobre la necesidad de actualizar o buscar el cambio de los procesos informativos de la empresa y guardan relación con lo expuesto por Haro Sarango et al. (2023), quienes indican que los canales de comunicación efectivos y la integración de módulos de información ayudan a la productividad y competitividad organizacional.

Por otro lado, y al consultar sobre las dificultades que se les presenta en el manejo de la información, los participantes señalaron problemas relacionados con el acceso limitado a los datos, la dispersión de la información en diferentes equipos y la falta de actualización tecnológica, inclusive, algunos entrevistados expresaron que únicamente ciertos empleados pueden acceder al sistema, lo que ocasiona un considerable retraso en la atención de clientes y en los procesos comerciales.

Además, se destacó que la información se encuentra fragmentada y distribuida en múltiples fuentes, dificultando el localizar está de una manera oportuna. Estos resultados coinciden con lo planteado por Stewart, citado en Chavarría Romero (2021), quien argumenta que la falta de alineación y centralización de los datos genera dificultades en su utilización y disminuye la confianza en la información disponible.

En lo concerniente a las herramientas que actualmente utilizan, la mayoría de los entrevistados mencionaron que utilizan el sistema contable Omega como principal recurso tecnológico, complementado con aplicaciones de mensajería como WhatsApp, procedimientos manuales lo que es documentación física, aunque estas herramientas

dejan que se desarrollen las actividades diarias, los resultados evidencian una dependencia significativa de procesos tradicionales.

Situación que contrasta con lo señalado por Atauchi Palomino & Romaní Quispe (2023), quienes afirman que las herramientas de inteligencia de negocios permiten a la mejora, la eficiencia y precisión en la obtención de información empresarial, lo que sugiere en comparación, que la organización aún presenta un nivel inicial de madurez tecnológica.

En lo referente a la posibilidad de usar herramientas de inteligencia de negocios los entrevistados mostraron una actitud favorable hacia su adopción, indicaron que estas tecnologías podrían centralizar la información, reducir errores, hacer más eficientes las tomas de decisiones y facilitar el acceso a datos actualizados en tiempo real.

Las apreciaciones recolectadas coinciden con lo señalado por García-Jiménez et al. (2021), quienes fundamentan que la inteligencia de negocios es una herramienta estratégica para transformar la información en un recurso valioso para la organización, pero, esta percepción positiva contrasta con el nivel de conocimiento manifestado por los propios participantes, ya que la mayoría reconoció no haber recibido capacitación formal sobre inteligencia de negocios y poseer únicamente nociones básicas o inexistentes sobre el tema.

Esta muestra de limitada capacitación en el tema representa una debilidad importante para la organización, considerando que según Davenport (2010), las empresas que aplican inteligencia de negocios logran transformar los datos en conocimiento útil para generar ventajas competitivas, sin embargo, los entrevistados están a favor del uso de nuevas herramientas y metodologías para decisiones más

eficiente, la identificación de patrones de comportamiento y la anticipación de problemas futuros.

Estas percepciones se ven paralelas con lo dicho por Haro Sarango et al. (2023), quienes afirman que los sistemas de inteligencia de negocios facilitan el acceso, análisis y transformación de los datos para apoyar la toma de decisiones.

Finalmente, los resultados dieron paso al poder identificar la estrecha relación existente entre la disponibilidad de información y la toma de decisiones dentro de la empresa. Los resultados de la entrevista señalaron que tener información actualizada, confiable y accesible facilita la elaboración de cotizaciones, la reducción de riesgos y la ejecución de acciones estratégicas con mayor seguridad.

Por otro lado, la falta de acceso oportuno a la información crea limitaciones, especialmente en las actividades comerciales, lo que coincide con lo planteado por Martínez García (2010), quien mantiene que la información constituye un elemento fundamental para reducir la incertidumbre y respaldar la toma de decisiones organizacionales.

Al integrar los resultados se evidencia que COMERCIAL MASTER S.A. posee importantes oportunidades de mejora en la gestión de la especialmente a través de herramientas de inteligencia de negocios, la centralización y optimización de los datos, así como el fortalecimiento de las competencias del personal con programas de capacitación continua, estas acciones contribuirán significativamente a mejorar la eficiencia operativa, optimizar procesos de toma de decisiones y fortalecer la competitividad de la empresa

Conclusiones

Una vez aplicada las técnicas de observación y la entrevista, con base a los objetivos general y específicos, se concluye:

OE1.- Los resultados evidenciaron que COMERCIAL MÁSTER S.A. utiliza principalmente el sistema Omega como herramienta tecnológica para la gestión de la información, complementándolo con medios informales como WhatsApp, correos electrónicos y documentación física.

No se identificó el uso de herramientas especializadas de inteligencia de negocios, como dashboards, sistemas de análisis de datos o plataformas de visualización, lo que demuestra que la empresa aún se encuentra en una etapa inicial de adopción tecnológica orientada a la gestión estratégica de la información.

OE2.- La gestión de la información dentro de la empresa se elabora mediante una combinación de procesos digitales y manuales. Aunque existe un sistema administrativo para registrar información, gran parte de los datos sigue almacenándose en archivos físicos y es compartida mediante comunicación verbal, medios informales o correos electrónicos. Además, cada departamento administra información de forma independiente, generando fragmentación, duplicidad de esfuerzos y limitaciones en el acceso oportuno a los datos.

OE3.- Que la disponibilidad de información actualizada, accesible y confiable influye directamente en la calidad y rapidez de la toma de decisiones. Asimismo, manifestaron que la implementación de herramientas de inteligencia de negocios podría facilitar el acceso a información en tiempo real, reducir errores, anticipar problemas y optimizar los procesos comerciales.

OE4.- La empresa debe fortalecer su gestión de la información mediante el uso de estrategias de inteligencia de negocios, pues existe la necesidad de centralizar la información, mejorar la accesibilidad de los datos, modernizar las herramientas tecnológicas y capacitar al personal.

Recomendaciones

OE1.- Incorporar herramientas de inteligencia de negocios como Power BI que de paso a la incorporación de, analizar y visualizar la información de manera dinámica, facilitando el acceso a indicadores clave y mejorando el aprovechamiento de los datos para la gestión empresarial.

OE2.-Estandarizar los procesos de gestión de la información s través de la creación de un repositorio centralizado que permita almacenar, organizar y compartir la información entre todas las áreas de la empresa, reduciendo la dispersión de datos, fortaleciendo la colaboración interdepartamental, y mejorando el tiempo de respuesta a los clientes.

OE3.-Utilizar mecanismos de análisis y visualización general de datos para que los responsables de cada área puedan acceder a información actualizada en tiempo real, esto fortalecerá la toma de decisiones basadas en evidencia, reduciendo los tiempos de respuesta ante situaciones operativas y comerciales.

OE4.-Desarrollar un plan integral de implementación de inteligencia de negocios que contemple la adopción de Power BI para la creación de dashboards interactivos, la centralización de la información empresarial, la automatización de reportes y la capacitación continua del personal, garantizando así una transición efectiva hacia una gestión de la información más eficiente y orientada a la toma de decisiones estratégicas.

Referencias bibliográficas

- Atauchi Palomino, W. A., & Romaní Quispe, C. R. (2023). *Implementación del Business Intelligence para mejorar la gestión comercial en una empresa de alquiler y ventas de maquinaria*. Universidad Ricardo Palma. Fonte: <https://hdl.handle.net/20.500.14138/7263>
- Altındağ, Ö., & Öngel, V. (2021). Gestión de la información, inteligencia organizacional y triángulo de desempeño de la innovación: investigación empírica en empresas de TI turcas. *Sage Journals*. doi:<https://doi.org/10.1177/21582440211052550>
- Alvarado-Apodaca, J., Ramírez-Noriega, A., & Tripp-Barba, C. (2023). *AmeliCA*. doi:<https://doi.org/10.36825/RITI.11.24.007>
- Chavarría Romero, B. B. (2021). *Implementación de un modelo de Business Intelligence para mejorar el proceso de toma de decisiones en el área de Trade Marketing de la marca Puma*. Lima: Universidad Católica Sedes Sapientiae. doi:<https://hdl.handle.net/20.500.14095/1223>
- Curto Díaz, J., & Conesa Caralt, J. (2010). *Introducción al Business Intelligence*. UOC. Fonte: <https://openaccess.uoc.edu/server/api/core/bitstreams/b19d2c0b-0914-4f88-b6ab-933aaf8bd074/content>
- Davenport, T. (2010). Business Intelligence and Organizational Decisions. *Revista Internacional de Investigación en Inteligencia de Negocios*. doi:<https://doi.org/10.4018/JBIR.2010071701>
- Delgado Anaya, D., & Salas Cuevas, A. (2020). *Revisión sistemática de literatura científica sobre la aplicación del Business Intelligence en la gestión de pymes*.

Lima: Universidad Privada del Norte. Fonte:

<https://www.studocu.com/pe/document/universidad-privada-del-norte/tesis-1/delgado-anaya-diego-armando-salas-cueva-alexander-eisner/26843539?sid=%24device%3A86c93b6c-ac2d-49b9-b51e-19a83a778fe51783218080>

Devens, R. M. (1865). *Cyclopaedia of Commercial and Business Anecdotes*. New York:

D. Appleton and Company. Fonte:

<https://archive.org/details/cyclopaediacomm00devegoog>.

García-Jiménez, A. d.-J., Aguilar-Morales, N., Hernández-Triano, L., & Lancaster-Díaz,

E. (2021). LA INTELIGENCIA DE NEGOCIOS: HERRAMIENTA CLAVE PARA EL USO DE LA INFORMACIÓN Y LA TOMA DE DECISIONES EMPRESARIALES. *Revista de Investigaciones Universidad del Quindío*, 132-139. doi:10.33975/riuq.vol33n1.514

Haro Sarango, A. F., Martínez Yacelga, A. P., Nuela Sevilla , R. M., Criollo Sailema, M.

E., & Pico Lescano, J. C. (2023). Inteligencia de negocios en la gestión empresarial: un análisis a las investigaciones científicas mundiales. *LATAM Revista*, 3367–3382. doi:<https://doi.org/10.56712/latam.v4i1.493>

Joyanes Aguilar, L. (2019). *Inteligencia de negocios y analítica de datos: una visión*

global de Business Intelligence & Analytics. Alfaomega Grupo Editor:

Alfaomega. Fonte:

<https://books.google.com.ec/books?id=ifR5EAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es>

Martínez García, J. H. (2010). *La inteligencia de negocios como herramienta para la*

toma de decisiones estratégicas en las empresas: análisis de su aplicabilidad en

- el contexto corporativo colombiano*. Universidad Nacional de Colombia. Fonte:
<https://repositorio.unal.edu.co/handle/unal/6862>
- Muñoz-Hernández, H., Osorio-Mass, R. C., & Zúñiga-Pérez, L. M. (2016). Inteligencia de los negocios. Clave del éxito en la era de la información. *Clío América*, 194-211.
- Núñez Velasco, M., & Chancusig Chisag, J. (2025). Toma de Decisiones Mediante Business Intelligence en la Administración Pública en el Ecuador: una revisión sistemática. *Polo del Conocimiento*, 212-229.
doi:<https://doi.org/10.23857/pc.v10i5>
- Quisaguano Collaguazo, L. R., Esquivel Paula, G. G., Silva Pilaguano, D. D., & Lasluisa Alajo, Á. J. (2024). Desarrollo de inteligencia empresarial: Análisis comparativo entre Power BI y Qlik Sense en la implementación de tableros estratégicos de indicadores clave. *Technology Rain Journal*.
doi:<https://doi.org/10.55204/trj.v3i1.e30>
- Ríos-Carrión, P. M., Bermeo Pazmiño, K. V., & Narváez Zurita, I. (2021). Inteligencia de negocios como estrategia para la toma de decisiones en una empresa financiera. *Cienciamatria*, 487-514. doi:10.35381/cm.v7i12.438
- Silva Solano. (2017). *Business Intelligence: un balance para su implementación*. InnovaG. Fonte:
<https://repositorio.pucp.edu.pe/index/handle/123456789/131503>
- Universidad Técnica de Machala. (2020). *La inteligencia de negocios y la toma de decisiones*. (UNAM, Ed.) Fonte:
<https://hdl.handle.net/20.500.14330/CLA01000222715>

Anexos

Anexo 1. Propuesta

Denominación de la propuesta

Capacitación sobre herramientas de Inteligencia de Negocios para fortalecer la gestión de la información en Comercial Máster S.A.

Objetivos

General

Desarrollar un programa de capacitación sobre herramientas de Inteligencia de Negocios dirigido al personal de Comercial Máster S.A., con el fin de fortalecer la gestión de la información y mejorar el proceso de toma de decisiones.

Objetivos específicos

Diagnosticar el nivel de conocimientos y las necesidades de capacitación del personal de Comercial Máster S.A. en el uso de herramientas de Inteligencia de Negocios.

Diseñar un programa de capacitación que incluya contenidos sobre integración de datos, visualización de información, elaboración de tableros interactivos y análisis de indicadores mediante herramientas de Inteligencia de Negocios.

Capacitar al personal en el uso de Microsoft Power BI y otras herramientas de Inteligencia de Negocios para la gestión, análisis y visualización de la información empresarial.

Desarrollar actividades prácticas que permitan a los participantes elaborar reportes y tableros interactivos utilizando información de la empresa.

Evaluar los conocimientos adquiridos y el nivel de satisfacción de los participantes para determinar la efectividad del programa de capacitación.

Definición de propuesta

La presente propuesta consiste en el diseño y desarrollo de un programa de capacitación dirigido al personal de Comercial Máster S.A. sobre el uso de herramientas de Inteligencia de Negocios (Business Intelligence), con el propósito de fortalecer sus competencias en la gestión, análisis y visualización de la información empresarial.

A través de sesiones teórico-prácticas, los participantes adquirirán conocimientos sobre integración de datos, elaboración de indicadores, construcción de tableros interactivos mediante Microsoft Power BI y análisis de información para apoyar la toma de decisiones.

Con esta capacitación se busca promover una cultura organizacional orientada al uso estratégico de la información, contribuyendo a mejorar la eficiencia de los procesos y la calidad de las decisiones dentro de la empresa.

La propuesta contempla el diagnóstico de las necesidades de capacitación, el diseño de los contenidos, la ejecución de talleres prácticos, el desarrollo de ejercicios aplicados con información de la empresa y la evaluación de los aprendizajes alcanzados por los participantes. Estas acciones permitirán fortalecer las capacidades del talento humano en el manejo de herramientas de Inteligencia de Negocios, favoreciendo una gestión de la información más eficiente y orientada al logro de los objetivos organizacionales.

Beneficiarios

Beneficiarios directos

Los beneficiarios directos corresponden al personal que forma parte de Comercial Máster S.A., quienes utilizarán de manera permanente las herramientas propuestas para el desarrollo de sus actividades. Entre ellos se encuentran:

- Gerencia General.
- Departamento Comercial.
- Departamento de Ventas.
- Departamento de Cobranzas.
- Departamento Contable.
- Personal Administrativo.

Beneficiarios indirectos

- Los clientes de Comercial Máster S.A., quienes recibirán una atención más ágil y eficiente.
- Los proveedores, mediante una mejor organización de los procesos de abastecimiento.
- La empresa, al incrementar su productividad y competitividad.
- La Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, al contar con un estudio de caso aplicable como referencia para futuras investigaciones relacionadas con la gestión de la información y la Inteligencia de Negocios.

Desarrollo de la propuesta

Programa de capacitación

Con el propósito de garantizar el correcto aprovechamiento de las herramientas propuestas, se recomienda desarrollar un programa de capacitación dirigido a todo el personal de la empresa.

Las capacitaciones abordarán los siguientes temas:

- Fundamentos de inteligencia de negocios y la gestión de la información.
- Uso de Microsoft Power BI.
- Interpretación de indicadores.
- Análisis de información para la toma de decisiones.

Recursos para capacitación

Recursos	Detalle
Humanos	▪ Capacitadores. ▪ Asistentes.
Tecnológicos	▪ Proyector ▪ Computador ▪ Centro cómputo
Materiales	▪ Guías y trípticos impresos, referente a las temáticas de cada día de capacitación.
Financieros	▪ (Se desglosa en la matriz que prosigue).

Nota: La capacitación se prevee realizarla en el centro de cómputo de la Facultad Ciencias Administrativas, gestión que realizará la investigadora.

Matriz de costo y presupuesto

Recurso	Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Financiero	▪ Inversión en el personal capacitador	3	\$100,00	\$300,00
Presupuesto estimado				\$300,00

***Nota:** El presupuesto será cubierto en parte por la investigadora y en colaboración con la empresa.*

Cronograma										
Actividad	Mes									
	Mes 1 septiembre					Mes 2 octubre				
Diagnóstico del nivel de conocimientos y necesidades de capacitación del personal										
Diseño del programa de capacitación (contenidos, materiales y recursos)										
Capacitación – Semana 1: Fundamentos de Inteligencia de Negocios y gestión de la información										
Capacitación – Semana 2: Integración y organización de la información empresarial										
Capacitación – Semana 3: Uso de Microsoft Power BI										
Capacitación – Semana 4: Interpretación de indicadores y apoyo a la toma de decisiones										
Desarrollo de actividades prácticas: elaboración de reportes y tableros interactivos con información de la empresa										

Evaluación de los conocimientos adquiridos y del nivel de satisfacción de los participantes										
Ajustes finales con base en los resultados de la evaluación y entrega del informe final										

Nota: Se presentan las actividades a desarrollar para la implementación de la propuesta, en un periodo estimado de dos meses, desde el diagnóstico de los conocimientos de información hasta la entrega del informe final.

Matriz del Programa de Capacitación

Semana	Tema	Objetivo	Contenidos	Recursos	Dura ción	Responsable	Evaluación
Semana 1	Fundamentos de Inteligencia de Negocios y gestión de la información	Comprender los conceptos básicos de la Inteligencia de Negocios y su importancia en la gestión de la información empresarial.	• Concepto de Inteligencia de Negocios (BI). • Gestión de la información. • Beneficios de BI para Comercial Máster S.A. • Importancia de la información para la toma de decisiones.	Computador, proyector, diapositivas y material de apoyo.	2 horas	Consultor o responsable del proyecto BI.	Participación y cuestionario diagnóstico.
Semana 2	Integración y organización de la información empresarial	Conocer el proceso de integración de datos provenientes del sistema Omega y otras fuentes para mejorar la disponibilidad de la información.	• Fuentes de información de la empresa. • Proceso ETL (Extracción, Transformación y Carga). • Calidad de los datos. • Base de datos centralizada.	Computadores, sistema Omega y ejemplos de bases de datos.	2 horas	Responsable de Sistemas o consultor BI.	Desarrollo de un ejercicio práctico de integración de datos.

Semana	Tema	Objetivo	Contenidos	Recursos	Duración	Responsable	Evaluación
Semana 3	Uso de Microsoft Power BI	Capacitar al personal en el manejo de Microsoft Power BI para la visualización y análisis de información empresarial.	• Introducción a Power BI. • Conexión de datos. • Creación de dashboards. • Indicadores de ventas, inventarios, clientes y desempeño comercial.	Computadores con Microsoft Power BI y base de datos de prueba.	2 horas	Especialista en Microsoft Power BI.	Elaboración de un dashboard básico con indicadores empresariales.
Semana 4	Interpretación de indicadores y apoyo a la toma de decisiones	Fortalecer las competencias del personal para interpretar la información obtenida mediante los tableros de control y utilizarla en la toma de decisiones.	• Interpretación de indicadores. • Análisis de tendencias. • Elaboración de reportes. • Casos prácticos para la toma de decisiones.	Computadores, Power BI, reportes e indicadores empresariales.	2 horas	Gerencia y consultor BI.	Resolución de un caso práctico y encuesta de satisfacción.

Resultados esperados

Personal capacitado en el uso de herramientas de Inteligencia de Negocios, especialmente Microsoft Power BI, para el análisis y visualización de la información empresarial.

Incremento de las competencias del personal en la gestión, organización e interpretación de datos para apoyar la toma de decisiones.

Mejor comprensión de los indicadores de gestión, permitiendo analizar información relacionada con ventas, inventarios, clientes y desempeño comercial.

Elaboración de tableros interactivos básicos por parte de los participantes como evidencia del aprendizaje adquirido durante la capacitación.

Mayor aprovechamiento de la información disponible en la empresa para generar reportes más claros, oportunos y útiles.

Fortalecimiento de la cultura organizacional basada en el uso de datos, promoviendo decisiones sustentadas en información confiable y actualizada.

Mejora en la eficiencia de los procesos de análisis y consulta de información, reduciendo el tiempo empleado en la elaboración de reportes de forma manual.

Alta participación y satisfacción de los asistentes, evidenciada mediante la evaluación del programa de capacitación y los resultados obtenidos en las actividades prácticas.

Indicadores de logros

Resultado	Indicador
Personal capacitado	Al menos el 90% de los participantes culmina la capacitación
Fortalecimiento de competencias	El 80% de los participantes mejora sus competencias
Elaboración de dahboards	El 80% de los participantes diseña correctamente un tablero básico en Power BI
Aplicación de conocimientos	El 75% de los participantes manifiesta que puede aplicar las herramientas en sus actividades laborales
Satisfacción con la capacitación	El 90% de los asistentes califica la capacitación como buena o excelente.

Anexo 2. Formato de entrevista



UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, CONTABLES Y COMERCIO

CARRERA DE GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN GERENCIAL

Tema: La implementación de la inteligencia de negocios en la gestión de información de la empresa Comercial Máster S.A.

Investigación: Cristina Ivanna Ibarra Escandón

GUÍA DE ENTREVISTA

Aplicada a: _____

Institución: _____

Función: _____

1. ¿Como describiría el proceso de gestión de la información dentro de la empresa?

2. ¿Qué recomendaciones propondría para mejorar la gestión de la información mediante nuevas tecnologías?

3. ¿Cuáles son las principales dificultades que enfrenta la empresa en el manejo de la información?

4. ¿Qué tecnologías o herramientas utiliza actualmente para gestionar la información?
5. ¿Considera que la implementación de las herramientas de negocios mejoraría la gestión de la información?
6. ¿Cuáles son las dificultades que enfrenta la empresa en el manejo y gestión de la información?
7. ¿Qué nivel de conocimiento tiene sobre la inteligencia de negocios?
8. ¿Considera que la implementación de herramientas de inteligencia de negocios mejoraría la gestión de la información en la empresa?
9. ¿De qué manera la información disponible influye en la toma de decisiones dentro de la empresa?

Anexo 3. Ficha de observación



Tema: La implementación de la inteligencia de negocios en la gestión de información de la empresa Comercial Máster S.A.

Objetivo:

Fecha de observación: lunes 08, diciembre 2025

Parámetros	SI	NO	OBSERVACIÓN
¿La empresa genera y maneja información diariamente?			
¿La información que manejan actualmente se almacena en un lugar definido?			
¿Existen problemas de duplicidad en los datos?			
¿Existen problemas de pérdida en los datos?			
¿Existen problemas de inconsistencia en los datos?			
¿Cada área maneja sus propios datos sin un sistema centralizado?			
¿La información se actualiza de manera periódica por una persona responsable?			
¿Utilizan actualmente algún sistema o software específico para la gestión de información			

(como ERP, CRM, Excel u otro)?			
¿El personal hace uso efectivo de las herramientas?			
¿Existen reportes automatizados o se generan manualmente?			
¿Consideran confiables los reportes que se generan?			
¿Tienen dificultades para acceder u obtener la información cuando la necesitan?			

Anexo 4. Evidencia fotográfica

