

BUSINESS SKILLS OF THE ADMINISTRATOR IN THE GLOBAL SMART ENVIRONMENT

HABILIDADES COMERCIALES DEL ADMINISTRADOR EN EL ENTORNO GLOBAL INTELIGENTE



Spath, Juan Carlos

RESUMEN

El estudio tuvo como objetivo describir las habilidades comerciales del administrador en el entorno global inteligente. Se empleó un diseño documental mediante la técnica de gestión de información y una muestra teórica de 14 documentos digitales indexados en Scopus y Web of Science. Los hallazgos indican que dichas habilidades se estructuran en seis capacidades esenciales: inserción, segmentación y comprensión del mercado; adaptabilidad organizacional; aplicación del marketing y la mercadotecnia; y uso estratégico de la inteligencia artificial a través de sistemas de conectividad, analítica de datos, business intelligence e internet de las cosas.

Palabras clave: Habilidades Comerciales, Administrador, Entorno Inteligente.

ABSTRACT

The study aimed to describe the business skills of managers in the intelligent global environment. A documentary design was used, employing information management techniques and a theoretical sample of 14 digital documents indexed in Scopus and Web of Science. The findings indicate that these skills are structured around six essential capabilities: market insertion, segmentation, and understanding; organizational adaptability; marketing and sales application; and strategic use of artificial intelligence through connectivity systems, data analytics, business intelligence, and the Internet of Things.

Keywords: Business Skills, Administrator, Intelligent Environment.

Fecha de recepción: 27-08-2025

Fecha de aprobación: 19-11-2025

Fecha de publicación online: 19-11-2025

DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.17905411>

¹Colombia. Administrador de Comercio. Universidad Jorge Tadeo Lozano. Código ORCID <http://orcid.org/0009-0009-1181-7285> Correo: juancarlosSPATH@gmail.com

INTRODUCCIÓN

Actualmente, la práctica comercial en el mercado mundial requiere empresas inteligentes con capacidad de disponer de su fuerza productiva para conquistar mercados con el posicionamiento de productos y servicios adaptados a las necesidades de consumo masivo en el marco de la competitividad y la sostenibilidad (Organización Mundial del Comercio, 2025)

Para lograr una eficaz y oportuna adaptabilidad a las necesidades de consumo masivo, los administradores desarrollaran habilidades dinámicas poniendo en práctica metodologías avanzadas como segmentación del mercado desde la virtualidad (Manobanda, González, López, Mosquera, López y Loor, 2025) superando las convencionalidades del negocio e implementando una asesoría de incursión comercial diferenciada en los espacios de consumo (Villegas, Alfonso, Hernández, Rivas y Machado, 2024)

Se requiere superar el paradigma cientificista enriquecido por la teoría tradicional (Álvarez y Montes, 2023) por un paradigma que faculte al aprendizaje y al desarrollo de las habilidades comerciales desde la acción experimental, la adaptabilidad, la sustanciación del cambio y el manejo de sistemas de conectividad, la analítica de datos, el bussiness intelligent y el internet de las cosas (Gavilán, 2019); cambiar u optimizar el modelo de negocio con la finalidad de mantenerse en la competencia del mercado en el entorno global, nacional y regional (Parra, 2025).

Ahora bien, la ausencia de habilidades comerciales en los administradores parece ser un asunto de pérdida de competitividad, decisiones inoportunas, ineficiencia operativa del negocio y resistencia a cambiar, con limitantes para la expansión internacional del negocio, la innovación tecnológica, la rentabilidad financiera y la competitividad.

La pregunta clave de este estudio se basa en indagar: ¿cuáles son las habilidades comerciales del administrador en el entorno global inteligente? Con el propósito de describir las habilidades comerciales del administrador en el entorno global inteligente.

FUNDAMENTACION TEÓRICA

HABILIDADES COMERCIALES DEL ADMINISTRADOR EN EL ENTORNO GLOBAL INTELIGENTE

La habilidad comercial de un administrador de mercado, de acuerdo con (Álvarez y Montes (2023), Gavilán (2019) y Parra (2025) incluye inteligencia emocional,

análisis de datos, adaptabilidad, conocimiento pleno del panorama global; de manera que estas puedan preparar el escenario para entender el mercado, operar con eficiencia y asegurar el crecimiento del negocio con importantes niveles de competitividad y sostenibilidad.

Más allá de lo teórico los administradores necesitan habilidades comerciales para superar el dilema de la gestión del conocimiento (Ferrando y Callohuanca, 2020), habilidades comerciales clave para la competitividad, promocionar la calidad de los productos, adaptarse a los entornos cambiantes del mercado, posesionar a la empresa de ventajas representativas y habilidades para el crecimiento del negocio (Álvarez y Montes, 2023).

Según Sarwar, Aftab, Ishaq y Atif (2023), el administrador necesita habilidades cognitivas en el conocimiento de las disciplinas para proyectar la empresa, crear oportunidades de negocio y experimentar su inserción al mercado; sostener un valor agregado de crecimiento y expansión del negocio en el mercado global.

De acuerdo con Verdugo y Barberi (2023), las habilidades comerciales del administrador implican el desarrollo de destrezas en ventas de manera que satisfagan las insatisfacciones del mercado y al mismo tiempo estrategias comerciales de marketing.

En la opinión de Bracho (2025), las habilidades comerciales del administrador estarán enfocadas en la sostenibilidad, la transformación ética y ágil del entorno, la holocracia y la inteligencia artificial. También Sánchez, Cejas y Tovar (2024) señalan, el administrador necesita habilidades de diseño estratégico para desarrollar proyectos de mercado, la toma de decisiones financiera, la comunicación efectiva y habilidades de triunfo a satisfacción de las demandas del mercado.

El modelo de habilidades comerciales del administrador estará basado en la incorporación de metodologías para medir objetivamente el nivel de exhibición de las habilidades comerciales, el grado de asesoría, calidad, pertinencia y satisfacción. Es el modelo de habilidades comerciales para superar los nudos de criticidad, la incapacidad técnica y la resistencia a la gestión del cambio (Sánchez et al, 2024)

Un gerente comercial, requiere habilidades de mercadotecnia (Rivera, Vital y Alcántara, 2025). Según Vásquez, Aguayo, Vásquez y Fajardo (2024) en el mercado actual se necesitan competencias digitales y adaptativas, habilidades de resiliencia y aprendizaje continuo, así como habilidades blandas relacionadas con comprender las necesidades del cliente y desplegar destrezas para ofrecer soluciones personalizadas enfocándose en tareas de alto valor y productividad.

De acuerdo con la Comisión Económica para Europa de la Organización de las Naciones Unidas (CEPE, 2023), la reducción de los costos de comercio es una nueva habilidad del gerente para crear condiciones de igualdad y acceder a los mercados internacionales, así como el uso de la Inteligencia Artificial (IA) para fomentar el desarrollo de servicios innovadores.

De todo lo descrito se puede realizar una amplia definición de las habilidades comerciales del administrador para particularizar el debate global en el que se han inmerso las opiniones de los autores subrayando que las habilidades referidas tienen características teóricas y pragmáticas.

De manera puntual, estas habilidades comerciales están referidas al aumento y satisfacción de las necesidades de consumo masivo, así como a promover el crecimiento y expansión de los productos y servicios. Por consiguiente, el administrador en el entorno global inteligente experimentará cambios a lo interno de la cultura empresarial, desarrollando estrategias y nuevas metodologías para alcanzar mayores niveles de servicio y rentabilidad.

Por consiguiente, las habilidades comerciales pudieran definirse como los conocimientos, destrezas y capacidades del administrador para aplicar mejores prácticas de negociación y comercialización conforme al conocimiento de los productos, servicios y el mercado en el que se desenvuelven. En consecuencia, las habilidades comerciales requieren capacidad para administrar inteligencia artificial fusionando tecnologías con visión de negocio y esquemas de interacción personal para impactar en la confianza del público consumidor, la mejora de la sostenibilidad y la competitividad afrontando con eficiencia la versatilidad de los clientes y del mercado global.

MATERIALES Y MÉTODO

La investigación se desarrolló bajo el diseño documental conforme a la sugerencia metodológica de Marcelino, Martínez y Camacho (2024) basado en un proceso de análisis de documentos de la información disponible para construir conocimiento desde la comprensión y conceptos y perspectivas alrededor de la categoría estudiada. Se implementó la técnica gestión de la información mediante la organización de un sistema de búsqueda para utilizar fuentes y medios de información con base en la construcción de una muestra teórica de citas y referencias bibliográficas extraídas en base de datos Scopus y Web of Science (Chaparro, Álvarez y D'Armas, 2016).

Los criterios de inclusión de búsqueda se consiguieron con la realización de una revisión en Google académico, utilizando como descriptores clave: asesoría comercial, habilidades comerciales y entorno global inteligente en 25 documentos

digitales entre los años 2019-2025 para una muestra teórica de 14 documentos digitales entre artículos científicos y repositorios institucionales. Como instrumento se diseñó una tabla de datos documentales con la finalidad de garantizar la practicidad y la interpretación de los hallazgos desde un proceso de triangulación de datos cualitativos (Morgan, 2022).

RESULTADOS

En el cuadro 1 se presenta el proceso de triangulación de datos cualitativos de los documentos digitales entre los años 2019-2025.

Cuadro 1. Triangulación de datos cualitativos de los documentos digitales entre los años 2019-2025

Autor(es)	Descripción de las Habilidades Comerciales del Administrador
Manobanda et al (2025)	✓ Prácticas de metodologías avanzadas ✓ Segmentación de mercado
Villegas et al (2024)	✓ Incursión comercial diferenciada en el mercado
Álvarez y Montes (2023)	✓ Acción experimental ✓ Adaptabilidad ✓ Inteligencia emocional ✓ Manejo de sistemas de conectividad ✓ Análisis de datos ✓ Comprensión del mercado ✓ Crecimiento del negocio ✓ Sostenibilidad
Gavilán (2019)	✓ Análisis de datos ✓ Adaptabilidad
Parra (2025)	✓ Optimizar el modelo de negocio ✓ Competitividad ✓ Adaptabilidad
Ferrando y Callohuanca (2020)	✓ Gestión del conocimiento
Sarwar et al (2023)	✓ Crear oportunidades de negocio ✓ Inserción al mercado
Verdugo y Barberi (2023)	✓ Ventas ✓ Satisfacción del mercado ✓ Marketing
Bracho (2025)	✓ Sostenibilidad ✓ Holocracia ✓ Inteligencia artificial
Sánchez et al (2024)	✓ Diseño de proyectos de mercado ✓ Toma de decisiones financieras ✓ Comunicación efectiva
Rivera et al (2025)	✓ Mercadotecnia
Vásquez et al (2024)	✓ Adaptabilidad ✓ Resiliencia ✓ Soluciones personalizadas
CEPE (2023)	✓ Reducción de costos de comercio ✓ Igualdad ✓ Acceso al mercado internacional ✓ Uso de la IA

✓ Desarrollo de servicios innovadores

Fuente: elaboración propia (2025)

DISCUSIÓN

Con respecto a la pregunta de investigación el análisis indica que del total de la muestra cuatro autores coincidieron en destacar que la inserción, la segmentación y la comprensión del mercado son habilidades comerciales primordiales del administrador en el entorno global inteligente; la misma cantidad de autores lo hizo destacando las habilidades comerciales competitividad y adaptabilidad; dos autores coincidieron en la habilidad comercial marketing-mercadotecnia; dos en la habilidad comercial análisis de datos y dos se afianzaron en la habilidad comercial uso de la inteligencia artificial (IA). (Ver imagen 1)

Imágen 1. Resultados de la triangulación de datos cualitativos de los documentos digitales entre los años 2019-2025

Segmentación del mercado
Análisis de datos
Adaptabilidad
Comprensión del mercado
INSERCIÓN AL MERCADO
Marketing-Mercadotecnia
Uso de Inteligencia Artificial (IA)

Fuente: Elaboración propia (2025).

CONCLUSIONES

En primer lugar, las habilidades comerciales del administrador en el entorno global inteligente se describen a través de seis capacidades específicas como son la inserción, segmentación y comprensión del mercado; estas posibilitan un conocimiento claro de las necesidades de los consumidores y las estrategias adecuadas para satisfacerlas dirigiendo los recursos a los segmentos más relevantes para el producto y/o servicios. En segundo lugar, las habilidades comerciales adaptabilidad y el marketing-mercadotecnia; para una mayor eficacia competitividad y rentabilidad. En tercer lugar, la habilidad comercial uso de la inteligencia artificial (IA) mediante el manejo de sistemas de conectividad, la analítica de datos, el bussiness intelligent y el internet de las cosas.

FINANCIAMIENTO

Este trabajo no fue financiado.

CONFLICTO DE INTERESES

Los autores declaran no tener conflictos de intereses financieros ni personales que puedan influir inapropiadamente en el desarrollo de este artículo.

REFERENCIAS

Álvarez, D. Montes, J. y Osorio, C. (2023). Habilidades gerenciales como factor de competitividad empresarial. *Región Científica*, 2(2), 2023109. <https://doi.org/10.58763/rc2023109>. Disponible en: <https://rc.cienciasas.org/index.php/rc/article/view/109/130>

Asociación Mundial de Comercio. (2025). Comerciar con inteligencia: cómo la IA configura el comercio internacional y es configurada por él. Disponible en https://www.wto.org/spanish/res_s/booksp_s/trading_with_intelligence_s.pdf

Bracho Acosta, A. J. (2025). Nuevas tendencias gerenciales: retos en tiempo de cambios. *Revista Ethos*, 16(2), 196–215. <https://doi.org/10.5281/zenodo.16895749>

CEPE/ONU. Disponible en: https://unece.org/DAM/trans/main/wp29/wp29wgs/wp29gen/wp29pub/WP29_Blue_Book_2012-1s_01.pdf

Chaparro, E., Álvarez, P., y D'Armas, M. (2016). Gestión de la información: Uso de las bases de datos Scopus y Web of Science con fines académicos. *Universidad, Ciencia y Tecnología*, 20 (81), 166-175. Disponible en: http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1316-48212016000400003&lng=es&tlng=es.

Ferrando Perea, A., y Callohuanca Aceituno, J. O. (2020). Incidencia de la capacitación en el desarrollo de habilidades gerenciales en los gerentes de pequeñas empresas del parque industrial de Villa el Salvador, Lima-Perú. *Anales Científicos*, 81(1), 1-12. <https://doi.org/10.21704/ac.v81i1.1494>. Disponible en: <https://revistas.lamolina.edu.pe/index.php/acu/article/view/1494>

Gavilán, I. (2019). *La Carrera Digital*. Ediciones ExLibric. Málaga España. Disponible en: <https://ignaciogavilan.com/project/la-carrera-digital/>

Manobanda, A., Gonzáles, K., López, N., Mosquera, C., Ponce, F., y Loor, L. (2025). Segmentación de Mercados en Tiempo Real: Innovación y Agilidad Empresarial. *Revista Ciencia y Desarrollo Universidad Alas Peruanas*. <http://revistas.uap.edu.pe/ojs/index.php/CYD/index>. Disponible en: <https://revistas.uap.edu.pe/ojs/index.php/CYD/article/view/2846>

Marcelino, M., Martínez, M., y Camacho, A. (2024). Análisis documental, un proceso de apropiación del conocimiento. *Revista Digital Universitaria (rdu)*, 25(6). <http://doi.org/10.22201/ceide.16076079e.2024.25.6.1>. Disponible en: https://www.revista.unam.mx/wp-content/uploads/v25_n6_a1.pdf

Morgan, H. (2022). Realización de un análisis cualitativo de documentos. *The Qualitative Report*, 27 (1), 64-77. <https://doi.org/10.46743/2160-3715/2022.5044>

Parra, C. (2025). El Futuro de las Organizaciones Inteligentes en el Mundo Empresarial y Contexto. Latinoamericano. Pg. 171-192. 171. Revista FACES Vol. 7 N.º. Disponible en: <http://www.servicio.bc.uc.edu.ve/faces/revista/evol7n1/vol7n12025.pdf>

Rivera, I., Vital, L. y Alcántara, P. (2025). La Mercadotecnia: El Elemento Central De La Estrategia Gerencial. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar* 9 (4), 7998-8038. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v9i4.19387

Sánchez, L. Cejas, M y Tovar, S. (2024). Las competencias del gerente financiero. Tendencias innovadoras. Centro de Investigación y Desarrollo Ecuador (CIDE). ISBN: 978-9942-636-56-0. Disponible en: <http://repositorio.cidecuador.org/jspui/handle/123456789/2944>

Sarwar, H., Aftab, J., Ishaq, M. y Atif, M. (2023). Achieving business competitiveness through corporate social responsibility and dynamic capabilities: An empirical evidence from emerging economy. *Journal of Cleaner Production*, 386, 135820. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2022.135820>

Vásquez, C., Aguayo, L., Vásquez, X. y Fajardo, L. (2024). Criterios estratégicos para el mejoramiento de la gestión comercial y administrativa en una empresa de servicio. *Prohominum*, 6(2), 60–76. <https://doi.org/10.47606/ACVEN/PH0252>

Verdugo-Barrera, D. A., y Barbery-Montoya, D. C. (2023). Habilidades gerenciales en el desarrollo de las ventas de una empresa importadora. *MQRInvestigar*, 7(1), 2997–3016. <https://doi.org/10.56048/MQR20225.7.1.2023.2997-3016>. Disponible en: <https://www.investigarmqr.com/ojs/index.php/mqr/article/view/307>

Villegas González, CV, Alfonso Villegas, NY, Hernández de Medina, MT, Rivas Machado, E. (2024). Competencias Gerenciales y Estrategias Disruptivas. Zenodo. <https://doi.org/10.5281/zenodo.11398787>