



Universidad Nacional
Federico Villarreal

Vicerrectorado de
INVESTIGACIÓN

ESCUELA UNIVERSITARIA DE POSGRADO

**“IMPACTO DE UN PROTOTIPO DE INTELIGENCIA DE
NEGOCIO Y SU INCIDENCIA EN EL PROCEDIMIENTO DE
TOMA DECISIONES EMPRESA - YUPRIS S.A”**

TESIS PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO:

MAESTRO EN ADMINISTRACIÓN

AUTOR:

CARQUIN DAVILA JORGE ANTONIO

ASESOR:

PEDRO JUAN ANTON DE LOS SANTOS

JURADO:

DR. RAUL ALBERTO RENGIFO LOZANO

DRA. GINA TEJADA ESTRADA

MG. JOSE LUIS BAZAN BRICEÑO

LIMA-PERÚ

2020

INDICE

RESUMEN	IV
ABSTRAC	V
I. INTRODUCCION.....	6
1.1. Planteamiento del problema	7
1.2. Descripción del problema	7
1.3. Formulación del problema.....	7
- Problema General.....	7
- Problemas Específicos	8
1.4. Antecedentes	8
1.4.1. Antecedentes nacionales	8
1.4.2. Antecedentes internacionales	11
1.5. Justificación de la investigación	13
1.6. Limitaciones de la investigación.....	14
1.7. Objetivos.....	14
- Objetivo General	14
- Objetivos Específicos.....	14
1.8. Hipótesis	15
II: MARCO TEÓRICO	16
2.1. Marco conceptual	16
III: MÉTODO	22
3.1. Tipo de investigación.....	22

3.2. Población y muestra	23
3.3. Operacionalización de las variables.....	24
3.4. Instrumentos	25
3.5. Procedimientos.....	26
3.6. Análisis de datos	26
IV: RESULTADOS	27
4.1. Análisis e interpretación	27
V. DISCUSION DE RESULTADOS	28
VI. CONCLUSIONES.....	29
VII. RECOMENDACIONES	32
VIII. REFERENCIAS	34
IX. ANEXOS	36
Anexo1. Matriz de consistencia	36

RESUMEN

En el Perú los problemas de toma de decisiones que se pueda presentar en las empresas Peruanas no son ajenas a los problemas que también se presentan en otras empresas de todo el mundo en la actualidad, pero aún hay mucho que hacer en nuestra región. Debido a los distintos acuerdos internacionales a los cuales se ha sumado Perú ha hecho que las empresas peruanas tengan que aumentar su competitividad. Por ello el énfasis que se le ha dado a Perú en el mundo ha hecho que poco a poco se desarrolle la inteligencia de negocios y la analítica de negocios.

Palabra Clave: Impacto de un prototipo de inteligencia de negocio y su Incidencia en el Procedimiento de toma decisiones

ABSTRAC

In Peru, the decision-making problems that may arise in Peruvian companies are not unrelated to the problems that are also present in other companies around the world today, but there is still much to do in our region. Due to the different international agreements to which Peru has joined, it has made Peruvian companies have to increase their competitiveness. Therefore, the emphasis that has been given to Peru in the world has led to the development of business intelligence and business analytics little by little.

Keyword: Impact of a prototype of business intelligence and its impact on the decision making process

I. INTRODUCCION

La creciente globalización, el proceso de internacionalización de la empresa, el incremento y la rapidez en el desarrollo de las tecnologías de información, así como han traído beneficios, también han traído problemas debido al incremento desmedido de información, lo cual ha hecho que a las empresas se les haga muy complicado la estructuración, relación y análisis de millones de datos que han ido adquiriendo a lo largo de los años.

En el capítulo I se desarrolla el Planteamiento del Problema, descripción del problema, la formulación del problema, justificación e importancia de la investigación, limitaciones de la investigación, objetivos de la investigación.

En el Capítulo II se desarrolla el Marco Teórico, antecedentes de investigación, marco conceptual y Aspectos de responsabilidad social y medio ambiental.

En el Capítulo III se desarrolla el Método, tipo de investigación, población y muestra, hipótesis, operacionalización de variables, instrumentos, procedimientos y análisis de datos.

En el capítulo IV se desarrolla resultados

En el capítulo V se desarrolla conclusiones y recomendaciones

1.1. Planteamiento del problema

En este momento, con mucho, la mayoría de las organizaciones y asociaciones tienen un marco de datos que respalda los ejercicios diarios de la parte empresarial donde se realiza el marco mencionado anteriormente, tiende a ser básico o sólido, dependiendo de las solicitudes que el negocio dé. Con la progresión del tiempo, las utilidades del marco vienen a tener el fondo histórico de la organización, la base de datos guardada puede utilizarse para disputar las elecciones que se espera que se hagan. En consecuencia, podemos decir que las organizaciones tienen un método general para obtener información completa, confiable y completa del considerable número de ejercicios que se completaron. En este sentido, las asociaciones dedicadas a brindar a las administraciones concentradas en los requisitos de sus clientes tienen una progresión de los activos y los marcos de datos que permiten la mecanización de las tareas que se realizan todos los días, produciendo y guardando información, que se centra esencialmente en el control. y control de la asociación, a través de informes y tablas, para ayuda en el liderazgo básico.

1.2. Descripción del problema

Los datos se desarrollan continuamente a medida que pasan los años y, debido a esto, el manejo y la investigación de los datos de la organización se vuelven progresivamente alucinantes. El liderazgo básico entonces nuevamente podría ser desconcertante si los datos de la organización no son accesibles o no se actualizan.

1.3. Formulación del problema

- Problema General

¿El prototipo de inteligencia de negocio impactara de manera positiva en la toma de decisiones de la empresa YUPRIS S.A?

- **Problemas Específicos**

- ¿El prototipo de inteligencia de negocio impactara de manera positiva en la calidad de información de la empresa YUPRIS S.A?
- ¿El prototipo de inteligencia de negocio impactara de manera positiva en el riesgo de decisión de la empresa YUPRIS S.A?
- ¿El prototipo de inteligencia de negocio impactara de manera positiva en la satisfacción del responsable de la empresa YUPRIS S.A?

1.4. Antecedentes

1.4.1. Antecedentes nacionales

Villanueva (2018) en la tesis titulada “Sistema para la toma de decisiones para la inteligencia de negocios del área comercial de la empresa Ingram Micro S.A., 2017”

El objetivo principal del presente examen fue decidir el impacto del marco para el liderazgo básico para la visión comercial de la zona de negocios de la organización Ingram Micro SA en el año 2017. Se creó bajo la metodología cuantitativa y se conectó en una dimensión inconfundible, para la cual se conectó una configuración de semi prueba. La población de exámenes estaba compuesta por 300 asociados y el ejemplo, compuesto por 168 compañeros de equipo elegidos a través de pruebas irregulares básicas. Los resultados demostraron que el 79.9% de los representantes del territorio comercial de Ingram Micro S.A. Con inteligencia en la inteligencia de negocios después de la utilización del marco, el 11.8% lo consideró normal y el 8.3% lo consideró inadecuado. Por fin, se dedujo que el uso

del marco de liderazgo básico afecta la inteligencia comercial de la región comercial de la organización Ingram Micro S.A. en el año 2017.

Silva & Soto (2016) en la tesis titulada “Análisis sobre el uso, beneficios y limitaciones de las herramientas de inteligencia de negocios en las actividades de los gerentes y jefes comerciales en empresas del sector electrodomésticos de Lima Metropolitana”

El objetivo del examen es desglosar la utilización, las ventajas y los impedimentos de los dispositivos de conocimiento empresarial en la acción de los jefes y supervisores comerciales del área de intercambio de máquinas. Para las ciencias de la administración, la investigación de la visión empresarial es importante a la luz del hecho de que la acumulación, la preparación y el examen eficiente de los datos contribuyen inequívocamente al proceso de liderazgo básico, la administración de activos y la ejecución de ejercicios dentro de las asociaciones. Se propone una estructura metodológica con una metodología subjetiva y un grado fundamentalmente claro. La exploración depende de fuentes esenciales, entrevistas con especialistas en el campo del conocimiento empresarial, administradores y líderes de la región empresarial, líderes de la zona de innovación de la información y comerciantes del área de aparatos de unidades familiares. Con todo, la exploración demuestra que la utilización de dispositivos de visión empresarial produce ventajas significativas e incentivos increíbles para el liderazgo básico de los jefes.

Torres (2017) en la tesis titulada “Propuesta de Business Intelligence para mejorar el proceso de toma de decisiones en los programas presupuestales del Hospital Santa Rosa, 2016”

La investigación titulada “Propuesta de business intelligence para mejorar el proceso de toma de decisiones en los programas presupuestales del Hospital Santa Rosa, 2016” que tuvo como finalidad diseñar un artefacto para obtener una información confiable y en el tiempo oportuno de manera que el responsable tome las mejores decisiones en los programas presupuestales. La investigación fue de tipo proyectiva, no experimental de carácter holístico para realizar la recopilación de datos en donde se encuestó a 26 personas que estuvo conformado por: 17 coordinadores de cada componente de los programas presupuestales, 3 personas del comité de estrategias sanitarias, 3 personas de la oficina de estadística e informática y 3 personas de la oficina ejecutiva de planeamiento estratégico. Se concluyó con los resultados obtenidos en las encuestas y entrevistas que las personas involucradas en la consolidación, elaboración y toma de decisiones de los programas presupuestales pueden acceder a la información pero aclaran que no es confiable debido a las deficiencias que tiene el área de estadística y esto genera malestar a los coordinadores debido que afecta a su componente con el presupuesto por lo cual es trascendental la propuesta de business intelligence ya que garantizara una información precisa.

Rojas (2014) en la tesis titulada “Propuesta de un modelo de sistema de inteligencia de negocios para una empresa dedicada a la compra y venta de repuestos”

En un mundo globalizado, las empresas privadas se enfrentan a la prueba de rivalizar con enemigos de varios distritos del mundo, que ingresan a los mercados vecinales con resultados de calidad brillante y a costos excepcionalmente enfocados. La utilización de los datos y los avances en la correspondencia se han convertido en un factor clave de logro para estas organizaciones, y el esfuerzo conjunto entre ellas, al igual que sus clientes y proveedores, brinda la oportunidad de mejorar los problemas explícitos, particularmente en el campo de la estructura y el avance de los artículos. Que mejor se ajusten a las necesidades del mercado. Dentro de la fase de examen del acuerdo de comercio electrónico que se está proponiendo se ha descubierto, en el lugar de trabajo, las PC se han convertido en un aparato de trabajo imperativo durante más de 10 años y esta vez se ha elegido explotar esta circunstancia estructurando un acuerdo de negocio electrónico que permite a los compradores obtener nuevas partes de cualquier terminal que se acerque a la web.

1.4.2. Antecedentes internacionales

Chávez & Bavera (2013) en la tesis titulada “Prototipo de Sistema de Inteligencia de Negocios utilizando Minería de Datos sobre Software Libre”

El motivo de esta empresa fue exhibir la posibilidad de que se reconociera un acuerdo modelo de Business Intelligence dependiente de la minería de información y programación libre, concentrado en apoyar el liderazgo básico vital de Grupo Flapp, ya que sus organizaciones almacenan su información en diversas fuentes y configuraciones. Con este fin, se revisaron los marcos, procedimientos, necesidades y avances actuales. Lograr el reconocimiento del modelo, utilizando

los instrumentos accesibles bajo un permiso de programación libre. Demostrar que estos aparatos son una opción sustancial para arreglos de este tipo, sin la necesidad de generar costos para la instalación de licencias de programación restrictiva.

Pozo (2016) en la tesis titulada “Diseño de un sistema de información, bajo un enfoque de inteligencia de negocios, para el proceso de toma de decisiones.

Caso: Empresa Diafoot”

La tarea de investigación actual propone la estructura de un marco de datos, bajo el enfoque de visión empresarial, que mide, mide e interrelaciona la información que Diafoot tiene y necesita convertir en datos valiosos para cuantificar la presentación de la organización de acuerdo con sus objetivos autorizados. . La estructura propuesta se ejemplifica en un modelo de datos, en vista de la información que se origina en el marco administrativo, contable y de propósito de oferta que Diafoot a partir de ahora emplea. A través del examen y la conclusión del desarrollo innovador y social de la organización Diafoot, las particularidades de la utilización de los dispositivos mecánicos y de los procedimientos de liderazgo básicos actuales se han diseccionado para decidir la dimensión del desarrollo de la organización que depende del modelo de desarrollo. . de información de investigación de la organización TDWI. Por fin, se han desarrollado recomendaciones o contemplaciones para aplicar el plan propuesto a través del uso de un marco de examen de información o Business Intelligence, supervisando prácticas excelentes en el abuso de información suficiente, estimando las actualizaciones realizadas y eligiendo el dispositivo entre las

opciones satisfactorias. y los acuerdos existentes en el mercado pensando en el límite financiero y el alcance de la empresa.

Barón (2016) en la tesis titulada “Diseño de un prototipo de inteligencia de negocios para gestión académica, en los estudiantes del programa de ingeniería de sistemas de la Escuela Tecnológica Instituto Técnico Central (ETITC)”

El motivo de este compromiso es demostrar el reconocimiento de la estructura de un modelo de conocimiento empresarial para la administración escolar, concentrado en apoyar el liderazgo básico en el Grupo de Bienestar Universitario de la Escuela Técnica Central del Instituto Tecnológico - ETITC.

La idea de Business Intelligence - BI se conectará a los datos académicos de los estudiosos de los marcos que diseñan el proyecto que está inscrito en las Bases de Datos del Instituto Técnico Central de la Escuela Tecnológica (ETITC), que permitirá tener datos de un enfoque conveniente para analizar eso.

1.5. Justificación de la investigación

1.5.1. Justificación metodológica

Esta investigación se justifica por ser descriptiva y no experimental en base a la teoría de Hernández, Fernández & Baptista (2010). También propondrá una herramienta que seas confiable para las investigaciones futuras que se realicen.

La importancia de esta investigación radica en el hecho de determinar si la toma de decisiones mejoraría gracias a un prototipo de inteligencia de negocios, con el que se organizaría mejor la información, por lo que sería más accesible para cualquier persona de la empresa tener acceso a ella, con lo que estos podrían tomar mejores decisiones.

1.6. Limitaciones de la investigación

Limitación teórica

La ausencia moderada de información estadística actualizada relacionada al tema de investigación.

Limitación institucional

El ingreso restringido a la información de la empresa YUPRIS S.A.

Limitación económica

El limitado financiamiento económico para la adquisición de los materiales necesarios para la investigación.

1.7. Objetivos

- Objetivo General

Determinar si el prototipo de inteligencia de negocio impactara de manera positiva en la toma de decisiones de la empresa YUPRIS S.A.

Objetivos Específicos

- Determinar si el prototipo de inteligencia de negocio impactara de manera positiva en la calidad de información de la empresa YUPRIS S.A.
- Determinar si el prototipo de inteligencia de negocio impactara de manera positiva en el riesgo de decisión de la empresa YUPRIS S.A.
- Determinar si el prototipo de inteligencia de negocio impactara de manera positiva en la satisfacción del responsable de la empresa YUPRIS S.A.

1.8. Hipótesis

1.8.1. Hipótesis principal

El prototipo de inteligencia de negocio impactara de manera positiva en la toma de decisiones de la empresa YUPRIS S.A

1.8.2. Hipótesis secundarias

- El prototipo de inteligencia de negocio impactara de manera positiva en la calidad de información de la empresa YUPRIS S.A.
- El prototipo de inteligencia de negocio impactara de manera positiva en el riesgo de decisión de la empresa YUPRIS S.A
- El prototipo de inteligencia de negocio impactara de manera positiva en la satisfacción del responsable de la empresa YUPRIS S.A

II: MARCO TEÓRICO

2.1. Marco conceptual

2.1.1. Inteligencia de negocio

Según Valdiviezo; Herrera & Jáuregui (2007)

Es el conjunto de estrategias y herramientas utilizadas para la gestión y creación de conocimiento a partir del análisis de la información existente en diferentes fuentes dentro de la organización. A través de la visión empresarial, los datos se solidifican y se desglosan con una velocidad, detalle y exactitud razonables para ayudar a establecer mejores opciones comerciales.

Según lo indicado por Sarango (2014).

Es una respuesta que permite organizar y cambiar una gran cantidad de información de una organización en datos valiosos, a través de la antigüedad de los informes, las cifras y las situaciones que ayudan a la investigación empresarial y refuerzan el proceso de liderazgo básico. A través de Business Intelligence, la información de varias fuentes o marcos de una organización se puede descomponer, produciendo un aprendizaje que permite respuestas más rápidas a preguntas de negocios complejas.

2.1.2. Sistemas de información

Según Martínez; Jessurum & Palma (2012)

"Una forma de individuos, ejercicios, información, organiza y coordina la innovación entre sí para ayudar y mejorar las tareas diarias de una organización, al igual que recopilar los requisitos de datos para el pensamiento crítico y el liderazgo básico de los administradores de una organización".

Según Peña (2009)

"Una gran cantidad de componentes interrelacionados para centrarse en las solicitudes de datos de una asociación, para elevar la dimensión de la información que permite una mejor ayuda para el liderazgo básico y el avance de las actividades"

2.1.2.1. Estrategia

Según Castillo (2014)

Los sistemas son planes para lograr los objetivos de una asociación. Por lo tanto, las técnicas caracterizan el entorno general donde se puede evaluar la idoneidad de los componentes que conforman los marcos de control de la administración. Cada asociación tiene al menos un objetivo.

2.1.2.2. Base de datos

Según Silberschatz A, Henry F. Korth (1993)

Una base de datos es una gran cantidad de información organizada, guardada en cierto medio de almacenamiento de información y puede obtenerse de al menos un proyecto. Antes de estructurar una base de datos, debe establecerse un procedimiento a partir de esta realidad presente, con el objetivo de que sea posible captar esto a través de una

progresión de la información. La imagen obtenida de esta realidad presente se conoce como un modelo razonable y comprende una progresión de componentes que caracterizan lo que se necesita para hablar de esta realidad presente en la Base de datos.

2.1.3. Innovación

Según Schumpeter (1934)

Desarrollo de nuevos productos y procesos por parte de una empresa y su introducción exitosa al mercado, el desarrollo de nuevas formas de organizar los negocios, nuevas fuentes de aprovisionamiento o la explotación de nuevos mercados.

Según Morín y Seurat (1998)

“La innovación es el arte de aplicar, en condiciones nuevas, en un contexto concreto y con un objetivo preciso, las ciencias, las técnicas, etc.”

2.1.3.1. Nuevos productos

Según OCDE (2005)

Es la presentación de una administración decente u otra, o esencialmente mejorada, con respecto a sus cualidades o la utilización para la cual está planificada. El avance de los artículos incorpora mejoras críticas de calidades, segmentos y materiales especializados, procesamiento coordinado, conveniencia u otros atributos útiles. Se comprende como una gran mejora las

progresiones que hacen que el elemento tenga una ejecución superior.

2.1.3.2. Nuevos procesos

Según OCDE (2005)

Incorpora la presentación de otro procedimiento de creación o transporte o grandes cambios en ellos. Pueden esperar disminuir los gastos unitarios de generación o circulación, mejorar la calidad o producir o difundir artículos nuevos o esencialmente mejorados.

2.1.4. Toma de decisiones

Según Begazo (2014)

El liderazgo básico es el procedimiento mediante el cual se toma una decisión entre las alternativas o los enfoques para resolver diversas circunstancias de la vida en diversos entornos y comprende elegir una opción entre las personas a las que se puede acceder para atender un problema presente o potencial (no obstante, cuando exista un problema). no es prueba de un choque inactivo).

Según Benavides (2004)

Insiste en que el liderazgo básico esencialmente sugiere que hay algunas opciones para abordar problemas o explotar las puertas abiertas que emergen dentro de la asociación.

2.1.4.1. Calidad de información

Según Simón (1962)

El liderazgo básico debe ser absolutamente objetivo y legítimo con respecto a hacerlos. Debe tener un objetivo razonable y todas las actividades en el procedimiento de liderazgo básico deben conducir confiablemente a la elección de ese electivo que aumentará el objetivo.

2.1.4.2. Impacto

Según Vara, (2007)

It is a technical and political tool necessary and indispensable for modern social management, however, its complexity and scarce bibliographical stock in Spanish speech impedes its positioning in the academic and institutional imaginary”.

2.1.4.3. Toma de decisiones

Según Daft (2005)

La toma de decisiones dentro de una organización se refiere al proceso mediante el cual un individuo tiende a identificar y resolver un problema. En la identificación, el sujeto recolecta información sobre las condiciones de los problemas, para determinar la situación real; mientras que en la solución, las personas tienden a elegir la decisión conveniente.

Según Morris y Maisto (2001)

La selección de un curso de acción entre varias alternativas posibles. Así mismo, sostiene que algo fundamental en este proceso

es la percepción del individuo o grupo, puesto que la percepción de un evento difiere dependiendo del punto de vista.

✓ **Aspectos de responsabilidad social**

La presente investigación tendrá una repercusión social; puesto que al aplicarse un prototipo de inteligencia de negocio, contribuirá a la empresa una mejora de la toma de decisiones de la empresa generando un mejor control, siendo más ordenados con inteligencia y un ritmo de trabajo planificado.

III: MÉTODO

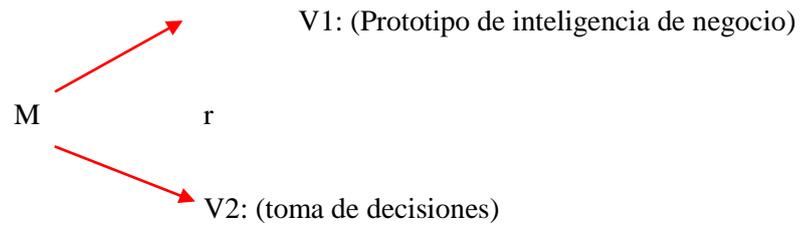
3.1. Tipo de investigación

La presente investigación según (Hernández, Fernández & Baptista, 2010) son de tipo descriptivo porque busca especificar propiedades, características y rasgos importantes de cualquier fenómeno que se analice. Describe tendencias de un grupo o población. Cabe resaltar que en una misma investigación se puede incluir diferentes alcances todo dependerá de lo que se busca determinar en la investigación.

Además, cuenta con un enfoque cuantitativo según lo mencionado por (Ramírez, Ampa & Ramírez A., 2007) porque considera como objeto y campos de investigación solo los hechos o fenómenos observables, susceptibles de medición y adopta el método hipotético-deductivo cuyos procedimientos son: la observación, la formulación de hipótesis y posteriormente la contrastación o prueba de hipótesis, finalmente la correlación de variables para conseguir el rigor del método científico.

✓ Nivel

De acuerdo a (Morán y Alvarado, 2010) de corte transversal porque recopilan datos en un momento único y Mayurí (2015) indico que el Diseño de investigación es No Experimental, porque no se manipula el factor causal para la determinación posterior en su relación con los efectos y sólo se describen y se analizan su incidencia e interrelación en un momento dado de las variables. Según (Hernández, Fernández & Baptista, 2010) menciona que son investigación no experimentales porque son estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que sólo se observan los fenómenos en su ambiente natural



Donde:

m = Muestras tomadas para observaciones

V. 1 = Variable 1

V. 2= Variable 2

r = Correlación

3.2. Población y muestra

3.2.1. Población

La población de estudio son todas las personas que conforman el área administrativa de la empresa YUPRIS S.A, el cual cuenta con 25 profesionales que laboran en dicha área, ya que estos participan de manera exclusiva y cotidiana en las actividades diarias, y se relacionan con las dimensiones que se pretende medir.

3.2.2. Muestra

La muestra de estudio se determinó en 25 personas, que laboran en el área administrativa de la empresa YUPRIS S.A.

Mediante aplicación de muestreo por conveniencia o intencional, que es un muestreo no probabilístico. Según (Hernández, Fernández & Baptista, 2010) es muestreo es simplemente con casos disponibles a los cuales tenemos acceso. Para el presente estudio se seleccionó a los 25 profesionales del área administrativa de la empresa YUPRIS S.A

3.3. Operacionalización de las variables

Tabla 1. Operacionalización de las variables

Variable	Dimensiones	Indicadores
Inteligencia de negocio	Sistemas de información	Operativo
		Estrategia
		Base de datos
		Investigación y desarrollo
	Innovación	Nuevos productos
		Nuevos procesos
Toma de decisiones	Calidad de información	Registro de codificación de información
		Información de procesos
		Reportes de avances
	Riesgo de decisión	Disponibilidad de información
		Tiempo de toma de decisión
		Entrega a tiempo de informes
	Satisfacción del responsable	Efectividad de las decisiones
		Exactitud de la información

3.4. Instrumentos

El instrumento de la recolección de datos que se usó para la presente investigación es la observación activa o directa mediante una encuesta, en donde se ha participado en el proceso investigativo desde el mismo lugar donde acontecen los hechos, ósea recoger la percepción del encuestado en la empresa la empresa YUPRIS S.A.

Los instrumentos fueron construidos con el objetivo de medir las dimensiones que se involucran en la investigación. El instrumento utilizado en el trabajo de investigación es la encuesta que se realizó en forma escrita, mediante un formulario con 23 ítems de los cuales 16 ítems tienen escala de likert y 7 ítems no tienen escala, con preguntas diseñadas de acuerdo a las variables definidas para esta investigación; las preguntas son del tipo cerrada las cuales son contestadas por el encuestado y nos permite tener una amplia cobertura del tema de investigación y que posteriormente serán validadas.

La escala está definida de la siguiente manera:

- (1) Totalmente en desacuerdo.
- (2) En Desacuerdo
- (3) Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- (4) De acuerdo
- (5) Totalmente de acuerdo

3.5. Procedimientos

El personal calificado y adecuadamente distinguido utilizará el estudio con la asistencia de los clientes, la identidad de will se reunió al ser visitado. Con respecto a los criterios de incorporación y prohibición mostrados anteriormente, que incorporan 22 consultas de deseos y 22 consultas de discernimientos, apropiadas en 5 criterios de evaluación de la calidad.

3.6. Análisis de datos

Significado de los requisitos y análisis de datos.

Los requisitos previos se han ido para distinguir:

- Mediciones
- Dimensiones
- Indicadores

Ahora se muestran las definiciones más significativas mostradas por el modelo. Esto servirá para tener un indicador de definiciones sobre el modelo dimensional. Al principio, se muestra el modelo de información de las fuentes de datos entrantes, como la disposición basada en valores de la asociación, y así sucesivamente, y luego se resuelve qué fuentes de datos externos se considerarán para la siguiente etapa.

Para luego reconocer las medidas y la tabla de realidades según las necesidades mencionadas.

IV: RESULTADOS

4.1. Análisis e interpretación

Utilizando la base de datos se aplicará el programa estadístico SSPS 21.0 y Excel 2013 donde se procederá al análisis estadístico para obtener los siguientes resultados:

- Se procederá a describir los datos de cada variable a estudiar calculando el promedio, la varianza, la desviación estándar y el error estándar.
- Luego se calculará el resultado promedio de las dimensiones según los indicadores expuestos en cada ítem.
- Para la correlación entre dos variables se utilizará la correlación r de Spearman, para determinar si existe influencia significativa de las dimensiones con las variables.
- Finalmente se interpretara los resultados según el sigma obtenido y dichas hipótesis se complementaran con las preguntas que no trabajan con la escala Likert.

El análisis de datos se basa en función a tablas y graficas obtenidos del procesamiento de datos y los resultados son analizados y comparados con otras investigaciones.

V. DISCUSION DE RESULTADOS

En esta sección, se presenta una charla, ideas expresivas, las consecuencias de la evaluación de los rasgos del Modelo de Business Intelligence para la empresa presente.

Asimismo, incorpora un discurso, información gráfica, los efectos posteriores de la evaluación de los indicadores para el liderazgo básico, la utilización del modelo de conocimiento empresarial identificado con las consecuencias del uso del modelo de conocimiento empresarial, para demostrar que la especulación: **IMPACTO DE UN PROTOTIPO DE INTELIGENCIA DE NEGOCIO Y SU INCIDENCIA EN EL PROCEDIMIENTO DE TOMA DECISIONES EMPRESA - YUPRIS S.A** ha sido demostrada

VI. CONCLUSIONES

La inteligencia de negocio y la toma de decisiones, busca brindar conocimientos acerca de si la inteligencia de negocio impactaría en la toma de decisiones de la empresa YUPRIS S.A.

□ El proceso de toma de decisiones en el área de ventas en la empresa YUPRI S.A. presenta una serie de actividades: convocar a una reunión con las áreas involucradas, establecer propuestas de promoción, solicitar información de las propuestas, solicitar datos al área de sistemas, acceder al servidor de base de datos, enviar la información obtenida para el análisis, analizar la propuesta de promociones, establecer precio de promoción y cálculo de rentabilidad, entregar informe final de las propuestas, convocar a una reunión para la toma de decisión final, enviar informe de propuestas aceptadas a las áreas responsables de la elaboración y publicidad de las promociones, y por ultimo lanzar la promoción al mercado, de las cuales las más relevantes son: establecer las propuestas de las posibles promociones de ventas, solicitar información para el análisis de las propuestas, analizar las propuestas de las promociones en base a la información de la rotación y venta de los productos, establecer el precio de promoción y cálculo de la rentabilidad, convocar a una reunión para evaluar y aprobar las propuestas formuladas.

□ Teniendo en cuenta que la metodología de Kimball tiene las siguientes fases: Planeación y administración del Proyecto, Definición de los Requerimientos del Negocio, Modelado Dimensional, Diseño Físico, Diseño y Desarrollo de la Presentación de Datos, Diseño de la Arquitectura Técnica, Selección de Productos e Instalación, Especificación de Aplicaciones para Usuarios Finales, Desarrollo de Aplicaciones para Usuarios Finales, Implementación, Mantenimiento y crecimiento, Gestión del Proyecto de la cual destaca la fase de Mantenimiento y crecimiento y la metodología de Curto por su parte tiene las siguientes fases: Análisis y Requerimientos, modelización, desarrollo, producción, formación y

documentación la cual destaca por ser más tecnológica y por su orientación al software libre y la metodología Big Data por su parte tiene las siguientes fases: adquisición de datos y grabación, extracción y pre procesamiento de la información, representación, agregación e integración de datos, procesamiento de peticiones, modelado de datos y análisis, interpretación de los datos la cual destaca por ser una tendencia del BI tradicional hacia el manejo de grandes cantidades de información no estructurada, se propuso un marco cuyas fases son: Planificación, Modelo del Negocio, Análisis, Diseño, Construcción e Implantación para el diseño del modelo de inteligencia de negocios propuesto, el cual demuestra que la analítica avanzada que proporciona Big Data y el BI tradicional son perfectamente complementarios.

□ Se realizó el despliegue del modelo utilizando la herramienta de software libre Pentaho en su versión 4.8 Enterprise, el cual permitió implementar todo lo necesario para desarrollar la solución de Inteligencia de negocios que proporcione información interna y externa de la organización de forma integrada para su respectivo análisis en el proceso de toma de decisiones, el cual consta de procesos ETL (para la información interna y externa), reportes, tablas de análisis y tableros de mando, por otra parte para el procesamiento de la información externa se utilizó el framework apache Hadoop 2.2 y Hive 0.12 herramientas de Big Data. Se usó el software libre debido a su principal ventaja: el costo económico. El uso de la interfaz BI de Pentaho permitió un manejo intuitivo y sencillo a los usuarios finales para generar sus reportes y análisis acorde a sus necesidades en comparación al uso de hojas de cálculo.

□ Los resultados de la evaluación a través de la opinión de expertos de los atributos del Modelo de Inteligencia de Negocios propuesta, nos muestran una mejora significativa en la mayoría de las fases del modelo propuesto, por otro lado también se clasifico los atributos desfavorables (Adaptación del Modelo y Costo de Desarrollo) con una relevancia final de 273,66 puntos y favorables (Tiempo de Desarrollo y Nivel de Calidad del Modelo) con una relevancia final de 497,01 puntos para el Modelo Propuesto.

□ Se analizaron los datos obtenidos a través de la implementación del modelo propuesta en el área de ventas de la empresa YUPRI S.A., para luego con esta información contrastar la hipótesis, con lo que se demostró mejoras en los indicadores, en donde el promedio de tiempo de respuesta en formulación de propuestas por reunión fue de 3 horas y el promedio de tiempo con el modelo fue de 2 horas, el promedio de Índice de Tiempo de respuesta en el proceso de análisis por propuesta formulada fue de 0,25 y el promedio de índice de tiempo de respuesta con el modelo fue de 0,11, el promedio del número de propuestas formuladas por reunión fue de 3 y el promedio del número de propuestas con el modelo fue de 5, por otro lado el número de personas involucradas en el proceso de toma de decisiones disminuyo de 5 a 3, estos resultados hacen adecuada, y significativamente relevante, la aplicación del Modelo de Inteligencia de Negocio propuesta en el área de ventas de la empresa YUPRI S.A..

VII. RECOMENDACIONES

Se ofrecerá un instrumento para la investigación, que explorará con mayor profundidad el tema y se conectará en cualquier trabajo de exploración que se identifique con el tema que se está creando.

Para mejorar el procedimiento, se sugiere que los ejercicios que lo acompañan: establezcan las recomendaciones de posibles avances en los acuerdos, examinen la propuesta de avances, aumenten el costo de avance y determinen el beneficio que depende de los datos del pivote y la liquidación de los elementos, evalúen y afirmen las recomendaciones calculadas, se realizan con la investigación de datos obtenidos de un número más prominente de fuentes externas que la asociación tiene para el proceso de liderazgo básico, por ejemplo, los registros de organizaciones informales con las que la organización, no solo de su sitio web como Se ha hecho en la presente tarea, esto permitirá conocer con mayor detalle el efecto de sus resultados de la proposición de los avances potenciales a ser impulsados.

Se prescribe para el trabajo futuro utilizar otros nuevos patrones que se están desarrollando e introduciendo en el universo de Business Intelligence que no se consideran o consideran en el modelo propuesto, entre ellos Real Time BI, Mobile BI, BI en la nube y redes sociales. combinación, son una parte de los agentes de las increíbles insurgencias que están ocurriendo en el campo de la Inteligencia de Negocios y que se conectan a la vanguardia

con los cambios significativos que la supuesta Web 2.0 ha creado, un avance mecánico y un modelo de negocio de Web tradicional. , con grandes difusores, por ejemplo, organizaciones interpersonales, Google, YouTube, etc. En este modelo propuesto, hemos considerado solo la evaluación de las etapas de BI de programación libre para la organización del modelo; de todos modos, el modelo puede extenderse para la evaluación de una etapa de BI, por lo que se prescribe para el trabajo futuro para aplicarlo a diferentes tipos de la etapa BI que no son realmente programación libre.

VIII. REFERENCIAS

- Arce, F. (Octubre 2015). *Inteligencia de Negocios:Herramientas y Trascendencia*. II Congreso de Ingeniería e: Facultad de Ciencias e Ingeniería de la PUCP.
- Andrade Pérez, M. Y. (2018). *Inteligencia de negocios del proceso de ventas en la Empresa ENFOCATEC S.A.*, 2018. *Tesis de maestría*. Lima, Lima, Perú: Universidad César Vallejo 2018 .
- B., Mary Emily. (2009. El Cid Editor | apuntes. All rights reserved.). *Toma de decisiones*. Argentina: El Cid Editor | apuntes,2009. ProQuest ebrary.
- Blalock, H. (1986). *Estadística Social*. México: Edit. F.C. E.
- Callacná Ponce , L. G. (2016). *Base de Datos Estratégica [Inteligencia de Negocios en las Organizaciones*. tarapoto:
<https://www.slideshare.net/julioantoniohuamanchuque/clase-02-base-de-datos-estratgica-inteligencia-de-negocios-en-las-organizaciones>.
- Claret, A. (2007). *Como hacer y defender una Tesis .7ma edicion*. Caracas: Editorial Texto.
- Di Lillo Garcia, J. (2013). *Propuesta de un sistema de Gestion de la calidad basado en las normas ISO 9001:2008, para el proceso de fabricacion de tuberias y mangueras de plastico en la industria santos duque C.A*. puerto Ordaz: Universidad Catolica Andres Bello.
- Fernández Sáenz, M. A. (6 de Abril de 2018). **DESARROLLO DE UN MODELO DE CALIDAD DE DATOS APLICADO A UNA SOLUCIÓN DE INTELIGENCIA DE NEGOCIOS EN UNA INSTITUCIÓN EDUCATIVA:**

CASO LAMBDA. *Tesis para optar por el Título de Ingeniero Informático, que presenta el bachiller*. Lima, Lima, Perú: PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ.

Herberth, S. (2004). *The New Science of Management Decision*.

Howard Dresner. (1989). *"inteligencia de negocios"* .

Pounds, W. (2003). *The Process of Problem Finding*.

Riva Novoa, R. (2015). Toma de decisiones y actitudes emprendedoras en estudiantes del 5° grado de secundaria de la Institución Educativa 2015” Pública José Jiménez Borja – Cercado de Lima. Lima, Peru: Universidad Nacional Hermilio Valdizán 2015 <http://repositorio.unheval.edu.pe/handle/UNHEVAL/2113>.

Rubenstein, A., & Haberstroh, C. (2004). *Some Theories of Organization*.

Sanchez Montoya, R. (2009). *Business intelligence (BI) - To BI or not to BI*. Argentina.: Edit. El Cid Editor.

IX. Anexos

Anexo1. Matriz de consistencia

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES E INDICADORES	METODOLOGÍA
1. Problema General	1. Objetivo General	1. Hipótesis Principal	1. Variable Independiente	1. Tipo de Investigación
¿De qué forma la aplicación de impacto de un prototipo de inteligencia de negocios incide en el procedimiento de toma de decisiones de la empresa Yupri's?	Determinar en qué medida la aplicación de un prototipo de inteligencia de negocios incidirá en el procedimiento de toma de decisiones de la empresa yupri's	La aplicación de un impacto de un prototipo de inteligencia de negocios incidirá positivamente en el procedimiento de toma de decisiones de la empresa yupri's	<p>X: impacto de un prototipo de Inteligencia de Negocio</p> <p>X1: integración X1.1 Nivel de integración X1.2 Nivel de Comunicación X1.3 Nivel de confianza de la información</p> <p>X2: Control Financiero X2.1 % de margen de operación X2.2 Nivel de ingresos vs costos</p> <p>X3: Clientes X3.1 Nro. de perfiles X3.2 Nivel de clientes</p> <p>2. Variable Dependiente Y: Procedimiento de Toma de Decisiones Y1. Toma de decisiones Y1.1 tipo de decisión</p>	<p>• Aplicada</p> <p>2. Método de Investigación</p> <p>• Descriptivo • Correlacional • Explicativo</p> <p>3. Diseño de la Investigación</p> <p>• No experimental Longitudinal</p> <p>4. Población de la Investigación</p> <p>• Personal que labora en la empresa yupri's. La población que labora en la empresa asciende a 100 personas.</p>
2. Problemas Específicos	2. Objetivos Específicos	2. Hipótesis Derivadas		

<p>1. ¿Si se aplica un impacto de un prototipo de inteligencia de negocios se eliminarán las islas de información entre áreas para incidir en el procedimiento de toma de decisiones de la empresa yupri's?</p> <p>2. ¿Si se aplica un impacto de un prototipo inteligencia de negocios se tendrá un mejor control financiero para incidir en el procedimiento de toma de decisiones de la empresa yupri's?</p> <p>3. ¿Si se aplica un impacto de un prototipo de inteligencia de negocios se contará con perfiles de clientes para incidir en el procedimiento de toma de decisiones de la empresa yupri's?</p>	<p>1. Determinar en qué medida la aplicación de un impacto de un prototipo de inteligencia de negocios podrá eliminar las islas de información entre áreas en la empresa yupri's</p> <p>2. Determinar en qué medida la aplicación de un impacto de un prototipo de inteligencia de negocios podrá mejorar el control financiero en la empresa yupri's</p> <p>3. Determinar en qué medida la aplicación de un impacto de un prototipo de inteligencia de negocios podrá armar perfiles de clientes en la empresa yupri's</p>	<p>1. La aplicación de un impacto de un prototipo de inteligencia de negocios eliminará las islas de información entre áreas en la empresa yupri's</p> <p>2. La aplicación de un impacto de un prototipo de inteligencia de negocios mejorará el control financiero en la empresa yupri's</p> <p>3. La aplicación de un impacto de un prototipo de inteligencia de negocios podrá armar perfiles de clientes en la empresa yupri's</p>	<p>Y1.2 Nro. de decisiones acertadas</p> <p>Y1.3 Información relevante</p>	<p>5. Muestra de la Investigación</p> <ul style="list-style-type: none"> • Simple al azar estadísticamente significativa <p>6. Técnicas de la Investigación</p> <ul style="list-style-type: none"> • Encuesta • Entrevista <p>7. Herramientas de la Investigación</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ficha de encuesta • Ficha de entrevista
--	---	--	--	---