

UNIVERSIDAD ANDINA
NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ
FACULTAD DE INGENIERÍA DE SISTEMAS
ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA EMPRESARIAL E INFORMÁTICA



**IMPACTO DE LAS HERRAMIENTAS DE INTELIGENCIA EMPRESARIAL
EN LA TOMA DE DECISIONES ESTRATÉGICAS
DE EMPRESA GRAMIS JULIACA 2024**

TESIS PRESENTADA POR:

Bach. TARIRI COLIN ALMANZA QUISPE

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
INGENIERO EMPRESARIAL E INFORMÁTICO**

JULIACA - PERÚ

2025

UNIVERSIDAD ANDINA

NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ

FACULTAD DE INGENIERÍA DE SISTEMAS

ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA EMPRESARIAL E INFORMÁTICA

**IMPACTO DE LAS HERRAMIENTAS DE INTELIGENCIA EMPRESARIAL
EN LA TOMA DE DECISIONES ESTRATÉGICAS
DE EMPRESA GRAMIS JULIACA 2024**

TESIS PRESENTADA POR:

Bach. TARIRI COLIN ALMANZA QUISPE

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
INGENIERO EMPRESARIAL E INFORMÁTICO**

APROBADA POR EL JURADO REVISOR:

PRESIDENTE

:


Dr. RICHARD CONDORI CRUZ

PRIMER MIEMBRO

:


Dr. JUAN CARLOS HERRERA MIRANDA

SEGUNDO MIEMBRO

:


Dr. PAUL MAMANI TISNADO

ASESOR DE TESIS

:


Dr. JUAN BENITES NORIEGA

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

ORGANIZACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS – P25



RESOLUCIÓN N° 021-2025-UI.S-D-FIS-UANCV-J

Juliaca, 09 de enero de 2025.

VISTOS:

El Expediente: 2025-000234 (fecha y hora de Sustentación) de fecha 09 de enero de 2025 y el expediente: 2025-000233 (título) de fecha 09 de enero de 2025, del (la) bachiller **TARIRI COLIN ALMANZA QUISPE** quien solicita nominación de jurados, fecha y hora de sustentación, para rendir la sustentación y defensa de la tesis titulada IMPACTO DE LAS HERRAMIENTAS DE INTELIGENCIA EMPRESARIAL EN LA TOMA DE DECISIONES ESTRATÉGICAS DE EMPRESA GRAMIS JULIACA 2024, conducente a la obtención del Título Profesional de INGENIERO EMPRESARIAL E INFORMÁTICO, que fue revisada por el Director de la Unidad de Investigación y el Decano de la Facultad de Ingeniería de Sistemas, Escuela Profesional de INGENIERÍA EMPRESARIAL E INFORMÁTICA.

CONSIDERANDO:

Que, el Director de la Unidad de Investigación autoriza la ejecución de la propuesta de investigación según Resolución Nro. 342-2024-UI.P-D-FIS-UANCV-J (aprobar y autorizar la ejecución de la propuesta de investigación) y con Resolución. Nro. 372-2024-UI.R-D-FIS-UANCV-J (aprobar y autorizar el informe final de la investigación).

Que, de conformidad con el artículo 8°, numeral b) del Reglamento General de Grados y Títulos de la UANCV vigente, es procedente acceder a la petición del interesado.

Que, al haberse cumplido con los requisitos exigidos por el Reglamento Interno de Trabajo de Investigación Conducente a Grados y Títulos plasmado en la Resolución N° 0294-2023-UANCV-CU-R.

Y, estando a la opinión favorable del Director de la Unidad de Investigación y el Decano de la Facultad de Ingeniería de Sistemas, y las atribuciones que confiere el artículo 28° del Reglamento Interno de Trabajo de Investigación Conducente a Grados y Títulos Resolución N° 0294-2023-UANCV-CU-R, que confiere facultades al Decano de la Facultad de Ingeniería de Sistemas.

SE RESUELVE:

ARTÍCULO PRIMERO.- DECLARAR APTO para la sustentación del informe Final de la Investigación (borrador de Tesis) titulada **IMPACTO DE LAS HERRAMIENTAS DE INTELIGENCIA EMPRESARIAL EN LA TOMA DE DECISIONES ESTRATÉGICAS DE EMPRESA GRAMIS JULIACA 2024**, del bachiller **TARIRI COLIN ALMANZA QUISPE**, para optar el Título Profesional de INGENIERO EMPRESARIAL E INFORMÁTICO, en virtud de los considerandos expuestos.

ARTÍCULO SEGUNDO. - NOMINAR JURADOS para la sustentación y defensa de la tesis a los siguientes docentes:

Presidente : Dr. RICHARD CONDORI CRUZ.
Primer miembro : Dr. JUAN CARLOS HERRERA MIRANDA.
Segundo miembro : Dr. PAUL MAMANI TISNADO.
Asesor: : Dr. JUAN BENITES NORIEGA.

ARTÍCULO TERCERO. - PROGRAMAR FECHA Y HORA de sustentación como se detalla:

Modalidad, Lugar : Presencial, Pabellon de la Facultad de Ingeniería de Sistemas.
Fecha, Hora : 10 de enero de 2025, 12:30 Horas.

ARTÍCULO CUARTO. - DISPONER que la comisión de Grados y Títulos de la facultad, secretarías académicas y administrativas, quedan encargados del cumplimiento de la presente resolución.

Regístrese, comuníquese y archívese.



UNIVERSIDAD ANDINA
"NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ"

Dr. Juan Carlos Herrera Miranda
DECANO



RESOLUCIÓN N° 372-2024-UI.R-D-FIS-UANCV-J

Juliaca, 19 de Diciembre de 2024

VISTOS:

El Expediente: 2024-CU-19034 de fecha 19 de Diciembre de 2024, del Bach. **TARIRI COLIN ALMANZA QUISPE**, quien solicita Revisión del Informe Final de la Investigación (borrador de Tesis) y el Anexo (04 o 05) "Ficha de Opinión del Informe Final de la Investigación (borrador de Tesis)" que fue revisada por el Comité de Investigación de la Facultad de Ingeniería de Sistemas, Escuela Profesional de INGENIERÍA EMPRESARIAL E INFORMATICA.

CONSIDERANDO:

Que, las Unidades de Investigación son unidades académicas que agrupan a docentes y estudiantes de diversas disciplinas, en razón del desarrollo de investigación científica, tecnológica y humanista de acuerdo al Estatuto Universitario Modificado 2020 de nuestra primera Casa Superior de Estudios.

Que, el (la) Bach. **TARIRI COLIN ALMANZA QUISPE**, quien solicita la revisión del Informe Final de la Investigación (borrador de Tesis) del tema titulada: **IMPACTO DE LAS HERRAMIENTAS DE INTELIGENCIA EMPRESARIAL EN LA TOMA DE DECISIONES ESTRATÉGICAS DE EMPRESA GRAMIS JULIACA 2024**, conducente para optar el Título profesional de **INGENIERO EMPRESARIAL E INFORMÁTICO**.

Que, al haberse cumplido con los requisitos exigidos por el Reglamento Interno de Trabajo de Investigación Conducente a Grados y Títulos plasmado en la Resolución N° 0294-2023-UANCV-CU-R.

Que, el Comité de Investigación emitió su opinión favorable al Informe Final de la Investigación (borrador de Tesis).

Que, el Director de la Unidad de Investigación de la Facultad de Ingeniería de Sistemas, Escuela Profesional de INGENIERÍA EMPRESARIAL E INFORMATICA, corrobora el asesoramiento en el Informe Final de la Investigación (borrador de Tesis) del **ASESOR Dr. JUAN BENITES NORIEGA**,

Estando, la opinión favorable del Comité de Investigación, en concordancia con el Reglamento Interno de Trabajo de Investigación Conducente a Grados y Títulos Resolución N° 0294-2023-UANCV-CU-R, de conformidad a lo que establece la Ley Universitaria N° 30220, Ley de Creación de la UANCV N° 23738 y Modificatoria N° 24661 y el Estatuto de la UANCV, que confiere facultades al Decano de la Facultad de Ingeniería de Sistemas.

SE RESUELVE:

ARTICULO PRIMERO. - APROBAR Y AUTORIZAR EL INFORME FINAL DE LA INVESTIGACIÓN (Borrador de Tesis) para la **REVISIÓN DE SIMILITUD TURNITIN**, del tema titulado: **IMPACTO DE LAS HERRAMIENTAS DE INTELIGENCIA EMPRESARIAL EN LA TOMA DE DECISIONES ESTRATÉGICAS DE EMPRESA GRAMIS JULIACA 2024**, presentado por el (la) Bach. **TARIRI COLIN ALMANZA QUISPE**, para optar el Título Profesional de **INGENIERO EMPRESARIAL E INFORMÁTICO**, en virtud de los considerandos expuestos.

ARTICULO SEGUNDO. - RATIFICAR, como **ASESOR** al **Dr. JUAN BENITES NORIEGA**.

ARTICULO TERCERO. - DISPONER que la facultad, secretarías académicas y administrativas, quedan encargados del cumplimiento de la presente resolución.

Regístrese, comuníquese y archívese.



UNIVERSIDAD ANDINA
"NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ"

M.Sc. Juan Carlos Herrera Miranda
DECANO



RESOLUCIÓN N° 342-2024-UI.P-D-FIS-UANCV-J

Juliaca, 12 de noviembre de 2024

VISTOS:

El Expediente: 2024-013860 de fecha 12 de noviembre de 2024, del (la) Bach. **TARIRI COLIN ALMANZA QUISPE**; con el cual solicita Revisión de la Propuesta de Investigación y el Anexo (02 o 03) "Ficha de Opinión de la Propuesta de Investigación" que fue revisada por el Comité de Investigación de la Facultad de Ingeniería de Sistemas, Escuela Profesional de INGENIERÍA EMPRESARIAL E INFORMATICA.

CONSIDERANDO:

Que, las Unidades de Investigación son unidades académicas que agrupan a docentes y estudiantes de diversas disciplinas, en razón del desarrollo de investigación científica, tecnológica y humanista de acuerdo al Estatuto Universitario Modificado 2020 de nuestra primera Casa Superior de Estudios.

Que, el (la) Bach. **TARIRI COLIN ALMANZA QUISPE**, solicito la revisión y aprobación de la Propuesta de Investigación de la tesis titulada: **IMPACTO DE LAS HERRAMIENTAS DE INTELIGENCIA EMPRESARIAL EN LA TOMA DE DECISIONES ESTRATÉGICAS DE EMPRESA GRAMIS JULIACA 2024**; conducente para optar el Título Profesional de **INGENIERO EMPRESARIAL E INFORMÁTICO**.

Que, al haberse cumplido con los requisitos exigidos por el Reglamento Interno de Trabajo de Investigación Conducente a Grados y Títulos plasmado en la Resolución N° 0294-2023-UANCV-CU-R.

Que, el Comité de Investigación ha emitido opinión favorable a la propuesta de investigación.

Que, el Director de la Unidad de Investigación de la Facultad de Ingeniería de Sistemas, Escuela Profesional de INGENIERÍA EMPRESARIAL E INFORMATICA, ratifico la propuesta del Asesor Dr. **JUAN BENITES NORIEGA**, quien debe estar acreditado y facultado para orientar y ayudar al asesorado en el proceso de elaboración del trabajo de investigación (Tesis).

Estando, la opinión favorable del comité de Investigación, en concordancia con el Reglamento Interno de Trabajo de Investigación Conducente a Grados y Títulos, Resolución N° 0294-2023-UANCV-CU-R, de conformidad a lo que establece la Ley Universitaria N° 30220, Ley de Creación de la UANCV N° 23738 y Modificatoria N° 24661 y el Estatuto de la UANCV, que confiere facultades al Decano de la Facultad de Ingeniería de Sistemas.

SE RESUELVE:

ARTÍCULO PRIMERO. - APROBAR Y AUTORIZAR LA EJECUCIÓN DE LA PROPUESTA DE INVESTIGACIÓN, titulada: **IMPACTO DE LAS HERRAMIENTAS DE INTELIGENCIA EMPRESARIAL EN LA TOMA DE DECISIONES ESTRATÉGICAS DE EMPRESA GRAMIS JULIACA 2024**, presentado por el (la) Bach. **TARIRI COLIN ALMANZA QUISPE**, para optar el Título Profesional de **INGENIERO EMPRESARIAL E INFORMÁTICO**, en virtud de los considerandos expuestos.

ARTÍCULO SEGUNDO. - RECONOCER, como ASESOR al Dr. **JUAN BENITES NORIEGA**.

ARTÍCULO TERCERO. - DISPONER que la facultad, secretarías académicas y administrativas, quedan encargados del cumplimiento de la presente resolución.

Regístrese, comuníquese y archívese.



UNIVERSIDAD ANDINA
"NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ"

M.Sc. Juan Carlos Herrera Miranda
DECANO




17% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

Filtrado desde el informe

- ▶ Bibliografía
- ▶ Coincidencias menores (menos de 10 palabras)

Fuentes principales

- 10%  Fuentes de Internet
- 4%  Publicaciones
- 15%  Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alertas de integridad para revisión

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.

Metadatos Complementarios



IMPACTO DE LAS HERRAMIENTAS DE INTELIGENCIA EMPRESARIAL EN LA TOMA DE DECISIONES ESTRATÉGICAS DE EMPRESA GRAMIS JULIACA 2024	
Datos de autor	
Nombres y apellidos	TARIRI COLIN ALMANZA QUISPE
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	47983459
URL de ORCID	https://orcid.org/0009-0008-0880-2709
Datos de asesor	
Nombres y apellidos	JUAN BENITES NORIEGA
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	06195745
URL de ORCID	https://orcid.org/0000-0003-3842-8435
Datos del jurado	
Presidente del jurado	
Nombres y apellidos	RICHARD CONDORI CRUZ
Tipo de documento	DNI. 01314987
URL de ORCID	https://orcid.org/0000-0003-3842-8435
Miembro del jurado 1	
Nombres y apellidos	JUAN CARLOS HERRERA MIRANDA
Tipo de documento	DNI. 29606930
URL de ORCID	https://orcid.org/0000-0002-5640-400X
Miembro del jurado 2	
Nombres y apellidos	PAUL MAMANI TISNADO
Tipo de documento	DNI. 02442917
URL de ORCID	https://orcid.org/0000-0002-0287-7143

Datos de investigación	
Línea de investigación	Organización y Dirección de Empresas – P25
Grupo de investigación	No aplica.
Agencia de financiamiento	Sin financiamiento
Ubicación geográfica de la investigación	<p>País: Perú Departamento: Puno Provincia: San Román Distrito: Juliaca EMPRESA GRAMIS JULIACA Coordenadas: Latitud: -15.49368183394489, Longitud: -70.13864871140838 URL Maps: https://maps.app.goo.gl/QSCGKaxtetvJ2fJm9</p> 
Año o rango de años en que se realizó la investigación	Noviembre 2024 – Enero 2025
URL de disciplinas OCDE https://concytec-pe.github.io/Peru-CRIS/vocabularios/ocde_ford.html - Librería	Ingeniería de sistemas y comunicaciones https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#2.02.04 Ingeniería de procesos https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#2.04.02



UNIVERSIDAD ANDINA
"DR. CACERES VELASQUEZ"

Dr. Rodolfo P. Arpasi Chura
DIRECTOR (e)
Unidad de Investigación FIS



DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD Y RESPONSABILIDAD

Yo TARIRI COLIN ALMANZA QUISPE, identificado con DNI Nro. 47983459, en mi condición de egresado de:

- Escuela Profesional**
- Programa de Segunda Especialidad,**
- Programa de Maestría o Doctorado**

INGENIERÍA EMPRESARIAL E INFORMÁTICA

informo que he elaborado el/la **Tesis** o **Trabajo de Investigación**, **Trabajo Académico** denominada:

IMPACTO DE LAS HERRAMIENTAS DE INTELIGENCIA EMPRESARIAL EN LA TOMA DE DECISIONES ESTRATÉGICAS DE EMPRESA GRAMIS JULIACA 2024

Asesorado por: Dr. JUAN BENITES NORIEGA

Es un tema original.

Declaro que el presente trabajo de tesis es elaborado por mi persona y **no existe plagio/copia** de ninguna naturaleza, en especial de otro documento de investigación (tesis, revista, texto, congreso, o similar) presentado por persona natural o jurídica alguna ante instituciones académicas, profesionales, de investigación o similares, en el país o en el extranjero.

Dejo constancia que las citas de otros autores han sido debidamente identificadas en el trabajo de investigación, por lo que no asumiré como tuyas las opiniones vertidas por terceros, ya sea de fuentes encontradas en medios escritos, digitales o Internet.

Asimismo, ratifico que soy plenamente consciente de todo el contenido de la tesis y asumo la responsabilidad de cualquier error u omisión en el documento, así como de las connotaciones éticas y legales involucradas.

El incumplimiento de lo declarado da lugar a responsabilidad del declarante, en consecuencia; a través del presente documento asumo frente a terceros, la Universidad Andina Néstor Cáceres Velásquez y/o la Administración Pública toda responsabilidad que pueda derivarse por el trabajo final presentado. Lo señalado incluye responsabilidad pecuniaria incluido el pago de multas u otros por los daños y perjuicios que se ocasionen.

Juliaca 30 de SETIEMBRE del 2025


Firma del Asesor
(obligatoria)


Firma del Estudiante
(obligatoria)



Huella

ÍNDICE

ÍNDICE	i
ÍNDICE DE TABLAS	iv
ÍNDICE DE FIGURAS	vi
RESUMEN	viii
ABSTRACT	ix
INTRODUCCIÓN	x

CAPÍTULO I

ASPECTOS GENERALES

1.1. Descripción del problema	1
1.1.1 A nivel Internacional.....	1
1.1.2 A nivel nacional.....	2
1.1.3 A nivel local.....	3
1.2. Formulación del problema	4
1.2.1 Problema Principal.....	4
1.2.2 Problemas específicos.....	4
1.3. Justificación de la investigación	4
1.3.1 Justificación teórica.....	4
1.3.1 Justificación Practico	5
1.3.1 Justificación Metodológica	6
1.4. Objetivos.....	7
1.4.1 Objetivo general.....	7
1.4.2 Objetivos específicos	7

1.5. Importancia	7
1.6. Limitaciones	9

CAPÍTULO II

FUNDAMENTOS TEÓRICOS

2.1. Antecedentes	12
2.1.1 Internacionales.....	12
2.1.2 Nacionales	13
2.1.3 Locales.....	15
2.2. Marco epistemológico	16
2.3. Estado del arte.....	18
2.4. Bases teóricas	21
2.4.1 Herramientas de Inteligencia Empresarial (IE).....	21
2.4.2 Toma de decisiones estratégicas.....	25
2.5. Marco conceptual.....	30
2.6. Hipótesis	32
2.6.1 Hipótesis general	32
2.6.2 Hipótesis específicas	32

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA Y RESULTADOS

3.1. Métodos de investigación	33
3.1.1 Tipo de investigación	33
3.1.2 Nivel.....	34
3.1.3 Diseño.....	34

3.2. Modalidad de estudio de casos.....	35
3.2.1 Población	35
3.2.2 Muestra	35
3.3. Métodos y técnicas de recogida de información	36
3.3.1 Criterios de Inclusión	37
3.3.2 Criterios de Exclusión	38

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

4.1. Análisis de datos.....	39
4.2. Diseminación de los hallazgos.....	61
CONCLUSIONES.....	64
RECOMENDACIONES	66
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	68
APÉNDICES.....	70
Apéndice 1. Matriz de consistencia	71
Apéndice 2 Instrumentos.....	72
Apéndice 3 Validez de instrumentos	74
Apéndice 4 Tratamiento de los Datos	76
Apéndice 5 Otros.....	79

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Distribución por Edad	41
Tabla 2: Distribución de Género	42
Tabla 3: Distribución por área de trabajo	43
Tabla 4: Distribución por Antigüedad en la empresa	44
Tabla 5: Distribución por Nivel educativo alcanzado	45
Tabla 6: Facilidad de uso de las herramientas de inteligencia empresarial	46
Tabla 7: Impacto de las herramientas de inteligencia empresarial en la eficiencia laboral	47
Tabla 8: Contribución de las herramientas de inteligencia empresarial a la optimización de los procesos de producción	48
Tabla 9: Respaldo de las decisiones estratégicas por datos obtenidos mediante herramientas de inteligencia empresarial	49
Tabla 10: Suficiencia de la capacitación en el uso de herramientas de inteligencia empresarial.....	50
Tabla 11: Facilitación de la toma de decisiones mediante herramientas de inteligencia empresarial.....	51
Tabla 12: Seguimiento para garantizar el uso correcto de las herramientas de inteligencia empresarial.....	52
Tabla 13: Apoyo técnico para problemas con herramientas de inteligencia empresarial.....	53
Tabla 14: Confiabilidad y precisión de los datos generados por herramientas de inteligencia empresarial.....	54
Tabla 15: Importancia de las herramientas de inteligencia empresarial para los objetivos estratégicos	55

Tabla 16: Fomento de la capacitación continua en el uso de herramientas de inteligencia empresarial.....	56
Tabla 17: Comprensión de la importancia de las herramientas de inteligencia empresarial para la toma de decisiones estratégicas.....	57
Tabla 18: Mejora de la calidad del servicio al cliente mediante el uso de herramientas de inteligencia empresarial.....	58
Tabla 19: Efectividad de las decisiones estratégicas basadas en datos frente a las basadas en la experiencia personal.....	59
Tabla 20: Adecuación y funcionalidad de la integración de herramientas de inteligencia empresarial con otros sistemas de la empresa	60

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Distribución por Edad	41
Figura 2: Distribución de Género.....	42
Figura 3: Distribución por área de trabajo	43
Figura 4: Distribución por Antigüedad en la empresa.....	44
Figura 5: Distribución por Nivel educativo alcanzado.....	45
Figura 6: Facilidad de uso de las herramientas de inteligencia empresarial	46
Figura 7: Impacto de las herramientas de inteligencia empresarial en la eficiencia laboral	47
Figura 8: Contribución de las herramientas de inteligencia empresarial a la optimización de los procesos de producción.....	48
Figura 9: Respaldo de las decisiones estratégicas por datos obtenidos mediante herramientas de inteligencia empresarial.....	49
Figura 10: Suficiencia de la capacitación en el uso de herramientas de inteligencia empresarial.....	50
Figura 11: Facilitación de la toma de decisiones mediante herramientas de inteligencia empresarial.....	51
Figura 12: Seguimiento para garantizar el uso correcto de las herramientas de inteligencia empresarial.....	52
Figura 13: Apoyo técnico para problemas con herramientas de inteligencia empresarial.....	53
Figura 14: Confiabilidad y precisión de los datos generados por herramientas de inteligencia empresarial.....	54
Figura 15: Importancia de las herramientas de inteligencia empresarial para los objetivos estratégicos.....	55

Figura 16: Fomento de la capacitación continua en el uso de herramientas de inteligencia empresarial.....	56
Figura 17: Comprensión de la importancia de las herramientas de inteligencia empresarial para la toma de decisiones estratégicas.....	57
Figura 18: Mejora de la calidad del servicio al cliente mediante el uso de herramientas de inteligencia empresarial.....	58
Figura 19: Efectividad de las decisiones estratégicas basadas en datos frente a las basadas en la experiencia personal.....	59
Figura 20: Adecuación y funcionalidad de la integración de herramientas de inteligencia empresarial con otros sistemas de la empresa	60

RESUMEN

El tema de mi tesis fue “Impacto de las herramientas de inteligencia empresarial en la toma de decisiones estratégicas de la empresa Gramis Juliaca 2024”. Su objetivo principal es analizar cómo las herramientas de inteligencia empresarial usadas afectaron la toma de decisiones estratégicas en la empresa de alimentos Gramis, que se encuentra en la ciudad de Juliaca. La investigación se realizó en 2024 y examinó cómo las herramientas IE – también conocidas como software de análisis de datos, Big Data y Business Intelligence – ayudan a Gramis a mejorar sus procesos de toma de decisiones. Los aspectos estudiados en los departamentos de producción, distribución, marketing e integración de cadena de valor. En el estudio se contabilizaron dos variables: la variable independiente era el uso de herramientas de inteligencia empresarial, es decir, la tecnología utilizada para analizar la información y producir y la variable dependiente la toma de decisiones estratégicas en la empresa, inexplicable sin las primeras. Además, se señalaron varias variables intervinientes, como la capacitación de los empleados en el uso de herramientas, la calidad de los datos que se utilizaron y la cultura organizacional, así como la estrategia organizacional previa. Los resultados obtenidos mediante este estudio me permitieron concluir que las herramientas IE no son solo útiles para la industria alimentaria, sino que son imprescindibles para la toma de decisiones mejor fundamentadas, estratégicas, y sin contratiempos para una empresa.

Palabras clave: Inteligencia empresarial, Decisiones estratégicas, Impacto.

ABSTRACT

The topic of my thesis was “Impact of business intelligence tools on the strategic decision making of the company Gramis Juliaca 2024”. Its main objective is to analyze how the business intelligence tools used affected strategic decision making in the food company Gramis, which is located in the city of Juliaca. The research was conducted in 2024 and examined how IE tools – also known as data analysis software, Big Data and Business Intelligence – help Gramis improve its decision-making processes. The aspects studied in the production, distribution, marketing and value chain integration departments. Two variables were counted in the study: the independent variable was the use of business intelligence tools, that is, the technology used to analyze information and produce, and the dependent variable was strategic decision making in the company, inexplicable without the former. In addition, several intervening variables were pointed out, such as the training of employees in the use of tools, the quality of the data that was used and the organizational culture, as well as the previous organizational strategy. The results obtained through this study allowed me to conclude that IE tools are not only useful for the food industry, but are essential for making better-founded, strategic, and smooth decisions for a company.

Keywords: Business intelligence, Strategic decisions.

INTRODUCCIÓN

En el entorno actual de negocios, las organizaciones deben enfrentar la creciente necesidad de cambio constante y rápido, impulsado por avances tecnológicos. La inteligencia empresarial ha surgido como un factor esencial para permitir a las empresas tomar decisiones informadas y estratégicas. De acuerdo con Chaudhuri et al., la inteligencia empresarial le otorga a una organización la capacidad de analizar grandes cantidades de datos para comprender patrones y tendencias que, a su vez, optimizan la capacidad de toma de decisiones. Dichas herramientas no solo permiten que las organizaciones optimicen sus procesos internos, sino que también otorgan a las empresas una ventaja competitiva significativa, que es extremadamente importante para empresas alimentarias clave.

Para el Estudio Global de la Industria de Alimentos 2023, publicado por Deloitte, las empresas alimentarias se han centrado en la digitalización y la implementación de nuevas herramientas tecnológicas para optimizar la eficiencia, ya que se encuentra entre las más dinámicas e involucran tecnología AI mercado. La empresa Gramis, que se dedica a la producción y distribución de alimentos en Juliaca, enfrenta varios problemas asociados con el desperdicio de recursos y el significado de los alimentos y la toma de decisiones sobre nuevos alimentos. soluciones. La inteligencia empresarial, incluidos los sistemas de análisis de datos y Big Data, puede mejorar estas respuestas acercándonos a las necesidades de los consumidores y las decisiones estratégicas.

Como se menciona, Turban et al. 2011 sostiene que las herramientas de IE, como los sistemas de toma de decisiones de apoyo, el análisis predictivo y el Big Data, es fundamental porque ayudan a convertir datos en información útil y, por

ende, ayudan a las organizaciones a anticipar las tendencias y, por ende, toman decisiones proactivas. McKinsey destacó en su estudio que las empresas que adoptan tecnología de IE registran un aumento del 20-30% en la eficiencia operativa y la rapidez en la toma de decisiones, lo que les permite responder mejor a los cambios del mercado 2022.

Para Gramis, estas herramientas son muy importantes porque pueden mejorar la toma de decisiones en áreas críticas como la producción, optimización, gestión de inventarios, análisis de ventas y expansión del mercado. Otra forma en que las empresas pueden utilizar el análisis de datos para prever sus fluctuaciones es el análisis de la demanda del producto. Como en el sector alimentario, la frescura y la rotación de inventario son cruciales para su rentabilidad.

Además, el estudio analizó las variables intervinientes y la interacción de estos factores en la eficiencia de Gramis, como análisis de capacitación de sus empleados en el uso de herramientas en IE, el tipo de calidad, y el grado de datos utilizados y la cultura organizacional de la empresa en IE. Según Laudon, y Laudon 2019, la razón por la que se instalan sistemas de Inteligencia que es de romantización falla en la mayoría de las organizaciones es principalmente porque no entrenan al personal de sus compañías cómo usar correctamente el software recién adquirido.

CAPÍTULO I

ASPECTOS GENERALES

1.1. Descripción del problema

1.1.1 A nivel Internacional

En todo el mundo, las empresas están experimentando una presión cada vez mayor para reaccionar a un entorno empresarial en constante cambio y disruptivo. La inteligencia empresarial viene abriéndose camino como una herramienta clave para permitir que las organizaciones toman decisiones más informadas y rápidas en el mercado global cada vez más competitivo. Según Davenport y Harris, los facilitadores de la inteligencia empresarial permiten a las empresas transformar los grandes datos en información valiosa que proporcione eficiencia y capacidad de respuesta ventajas diferenciales. Sin embargo, la problemática en torno a la adopción y el uso efectivo de esta tecnología persisten y afectan a las empresas de diferentes tamaños y sectores.

Según McKinsey & Company, mientras que aproximadamente el 70% de las empresas a nivel mundial ya han incorporado alguna forma de inteligencia empresarial, solo el 30% aprovecha completamente las oportunidades que brindan las herramientas de IE, lo que demuestra que en

realidad hay un vacío en el aprovechamiento de todas las ventajas de esta tecnología.

La industria alimentaria sigue siendo parte de esta tendencia. Según Deloitte, la industria alimentaria en todo el mundo se enfrenta a la necesidad de adaptarse a nuevas normas de los consumidores, mejorar la eficiencia operativa y garantizar la sostenibilidad. A pesar de la riqueza de oportunidades ofrecidas por las herramientas de la inteligencia empresarial, muchas empresas de la industria en cuestión no cuentan con las capacidades para implementar con éxito soluciones que mejoren la toma de decisiones.

1.1.2 A nivel nacional

A nivel nacional, la adopción de herramientas de IE en el Perú se ha quedado atrás en comparación con otras economías emergentes. INDECOPI reportó en 2022 que, aunque la digitalización de las empresas peruanas y la implementación de varias tecnologías continúa en proceso, muchos sectores aún enfrentan obstáculos significativos para la adopción de las soluciones más avanzadas, incluidas las herramientas de IE. Estos desafíos, por su parte, se asocian con la ausencia de una infraestructura tecnológica desarrollada, la insuficiencia de la capacitación de los empleados y, a menudo, la resistencia al cambio existente dentro de las organizaciones.

La industria de alimentación peruana es vital para el estado peruano, y juega un papel importante en la generación del empleo y el crecimiento económico. Sin embargo, continúa enfrentando problemas de optimización de la cadena de valor y utilización eficaz de los recursos. El Ministerio de

Agricultura y Riego del Perú predice para los próximos años el continuo aumento de los costos de producción e importación de estos productos, así como la variabilidad de la demanda del consumidor. El uso de tecnología de IE permitiría una previsibilidad más ajustada de la demanda y la posibilidad de ajustar la producción en consecuencia. Sin embargo, las empresas peruanas a menudo se encuentran en las etapas de implementación.

1.1.3 A nivel local

A nivel local, y especialmente en ciudades como Juliaca, la situación es aún más problemática. A pesar de su crecimiento, Juliaca se enfrenta a una variedad de problemas en cuanto a infraestructura y acceso a tecnología avanzada. El Instituto Nacional de Estadística e Informática reporta que la región sur del Perú, a la que pertenece Juliaca, está por debajo de la media nacional en cuanto a la digitalización empresarial. Si bien las empresas locales, en especial en sectores como el comercio y la producción alimentaria, están creciendo no cuentan con los conocimientos necesarios o los recursos para implementar herramientas de IE que les permitan tomar decisiones estratégicas con un enfoque más holístico.

La falta de acceso y capacitación en dicha herramienta podría hacer que la brecha entre estas empresas y aquellas establecidas en mercados más grandes se vuelva significativa. Por ejemplo, se reportó por el estudio de la Cámara de Comercio de Puno que las pequeñas y medianas empresas (pymes) en Juliaca no se consideran competitivas en términos de rapidez de reacción debido a falta de integración de las tecnologías y los datos. Además de que la administración en base a métodos tradicionales y la falta general

de información del mercado mundial los deja en un mal puesto para el mejoramiento de los procesos estratégicos.

1.2. Formulación del problema

1.2.1 Problema Principal

¿Cómo influye el uso de las herramientas de inteligencia empresarial en la toma de decisiones estratégicas de la empresa Gramis en Juliaca durante el año 2024?

1.2.2 Problemas específicos

1. ¿Cómo impactan las herramientas de inteligencia empresarial en la optimización de los procesos de producción y distribución de alimentos en la empresa Gramis?

2. ¿En qué medida la capacitación del personal en el uso de herramientas de inteligencia empresarial impacta la efectividad de la toma de decisiones estratégicas en la empresa Gramis?

3. ¿Qué factores internos y externos influyen en la adopción y uso efectivo de las herramientas de inteligencia empresarial para la toma de decisiones estratégicas en la empresa Gramis?

1.3. Justificación de la investigación

1.3.1 Justificación teórica

La justificación teórica de este estudio se basa en la necesidad de comprender cómo las herramientas de inteligencia empresarial pueden mejorar la toma de decisiones estratégica de las organizaciones, en particular en los casos de industria alimentaria. A este respecto, varios

estudios han demostrado que el uso de herramientas de inteligencia empresarial, como el análisis de datos, Big Data y sistemas de apoyo para la toma de decisiones, optimiza la toma de decisiones empresarial. En palabras de Turban et al., Las herramientas de inteligencia empresarial ayudan a las empresas a identificar patrones y tendencias en grandes conjuntos de datos, lo que facilita la toma de decisiones basada en la estrategia.

Además, Davenport y Harris también señalaron que las herramientas de inteligencia empresarial permiten a las empresas prever los comportamientos del mercado y ajustar sus estrategias de manera predictiva. Así, este estudio aporta una contribución a la teoría existente, ya que es relevante para el estudio de cómo la implementación de estas tecnologías afecta la toma de decisiones estratégicas de la empresa en la industria alimentaria, aún con problemas para integrar la tecnología avanzada de inteligencia empresarial.

1.3.1 Justificación Practico

Desde una perspectiva práctica, la investigación es relevante para la empresa Gramis, ya que se centra en cómo las herramientas de IE permitirán a Gramis optimizar los procesos clave dentro de la organización: producción, distribución e inventario. En general, en la industria alimentaria, donde la demanda puede variar y la eficiencia es crítica, la capacidad de tomar una decisión informada sobre cómo operar los recursos, la cadena de suministro y la programación de operaciones puede hacer una gran diferencia.

Gracias a uno de los informes de Deloitte sobre energía y recursos las empresas utilizan la ventaja competitiva de producir soluciones de

inteligencia empresarial en comparación con sus competidores con menor acceso a la misma, lo que aumenta la eficiencia y respuesta a los cambios del mercado. Desde un ángulo práctico, también puede promover una implementación más efectiva de herramientas de IE en otras empresas alimentarias interesadas en mantenerse competitivas adoptando tecnologías más avanzadas.

1.3.1 Justificación Metodológica

La justificación metodológica de la investigación es la aplicación de cualitativos y cuantitativos métodos para analizar el impacto de las herramientas de IE en las decisiones estratégicas de Gramis. Presentando un estudio de caso, la investigación se diseñó para proporcionar una comprensión en profundidad del contexto y los problemas específicos de la empresa y, al mismo tiempo, las herramientas utilizadas.

La combinación de entrevistas con el personal clave, las encuestas a los empleados y el análisis de los datos de rendimiento organizacional requeridos proporcionarán una comprensión completa de cómo exactamente estas herramientas de toma de decisiones impactan la práctica. Según Yin, un estudio de caso es un enfoque particularmente adecuado para fenómenos que son difíciles de investigar en la vida de manera realista y relevante para la comprensión de cómo una empresa en particular puede beneficiarse de las tecnologías avanzadas. La metodología mixta también permitirá analizar los resultados cuantitativamente, reflejando la eficiencia y utilidad de las decisiones estratégicas.

1.4. Objetivos

1.4.1 Objetivo general

Analizar cómo el uso de las herramientas de inteligencia empresarial influye en la toma de decisiones estratégicas de la empresa Gramis en Juliaca durante el año 2024.

1.4.2 Objetivos específicos

1. Evaluar el impacto de las herramientas de inteligencia empresarial en la optimización de los procesos de producción y distribución de alimentos en la empresa Gramis.
2. Determinar en qué medida la capacitación del personal en el uso de herramientas de inteligencia empresarial mejora la efectividad de la toma de decisiones estratégicas en la empresa Gramis.
3. Identificar los factores internos y externos que influyen en la adopción y uso efectivo de las herramientas de inteligencia empresarial para la toma de decisiones estratégicas en la empresa Gramis.

1.5. Importancia

Esta tesis es de gran importancia tanto desde el punto de vista teórico como práctico, ya que se trata del impacto de las herramientas de inteligencia empresarial en la toma de decisiones estratégicas en la empresa del sector alimentario Gramis, ubicada en Juliaca. En el ámbito mundial, la adopción de tecnologías avanzadas, incluida la inteligencia empresarial, es una necesidad urgente debido a que ayuda a aumentar la eficiencia operativa y la competitividad de las empresas; a pesar de ello, existen numerosas organizaciones que siguen sin gozar de los beneficios de estas

tecnologías ya que, en los sectores alimentario, la gestión de la cadena de suministro y la demanda, así como la necesidad de constantes innovaciones son aún factores de mayor relevancia.

Respecto al ámbito nacional, el estudio puede considerarse importante porque proporciona la evidencia empírica sobre cómo las herramientas de IE pueden tener un efecto transformador en la toma de decisiones estratégicas. Dado que el estudio se enfoca en una empresa peruana, la información obtenida puede ser valiosa y muy relevante para muchas empresas peruanas que no saben exactamente cómo optimizar su toma de decisiones y necesitan prepararse para el mercado.

Un enfoque sobre cómo el entrenamiento afecta la efectividad de las herramientas usadas proporciona la imagen general del uso de estas tecnologías que no es suficiente solo implementar sino se requieren personas capaces de hacerlo.

En general, desde una perspectiva teórica, estudiar el impacto de las herramientas de IE en ciertos sectores, particularmente la industria alimentaria podría contribuir a cerrar la brecha en la literatura sobre la adopción de estas tecnologías. Además, por otro lado, también ofrece una percepción sobre los factores internos y externos que imponen una restricción al aprovechamiento completo de la tecnología.

Por otro lado, desde una perspectiva práctica, los gerentes y la empresa podrían beneficiarse de los resultados del estudio ya que ayudarían a crear las estrategias más adecuadas y aprovechar al máximo los recursos puestos a disposición, lo que, a su vez, mejoraría la calidad de las decisiones y haría a la empresa aún más competitiva en el mercado global cambio que

se produce rápidamente. Es por eso que, desde una perspectiva científica, este estudio es importante para muchos participantes clave.

1.6. Limitaciones

Como tal, este trabajo tiene varias limitaciones del estudio que deben equilibrar el contexto de los hallazgos mencionados. En primer lugar, muchos de los resultados presentados se centran en la situación de la empresa Gramis en Juliaca. Aunque se puede concluir que el trabajo describe los resultados de la encuesta en un entorno específico, la generalización de los resultados a otras empresas alimentarias, especialmente en diferentes regiones de Perú o con diferentes poblaciones objetivo, no es del todo recomendable. El enfoque local del estudio plantea dudas sobre la adecuación de estos resultados a otras organizaciones sin haber obtenido los mismos datos en sus casos. Sin embargo, las conclusiones efectivas pueden ser útiles para casos similares en circunstancias parecidas.

La segunda limitación es la fuente de datos para este trabajo. Como se mencionó anteriormente, la encuesta se basa en las respuestas de sus empleados, miembros y propietarios de Gramis. Como lo niegan, sus ideas podrían ser incorrectas o inexactas. Los directores son la causa de un posible sesgo, pero el mismo factor afecta la precariedad. Del mismo modo, la falta de una encuesta precisa y procesable también puede dar lugar a “resultados erróneos”, lo que podría ocurrir si los propios trabajadores responden a la encuesta. Además, los documentos internos de la empresa no están disponibles para los forasteros, lo que significa que la información se basa completamente en la información proporcionada por sus miembros.

Otra importante limitación es que este estudio carece de una comparación meta-analítica de otras empresas de la industria en otros países. Es decir, no se puede probar que el impacto de las herramientas de IE en la toma de decisiones de Gramis no sea comparable con otras compañías de alimentos en el extranjero. No es posible comparar las diferencias o similitudes en términos de su impacto en la toma de decisiones sin tal información, y sin eso, los argumentos de la empresa Gramis no tendrán pruebas para apoyarlo. Sin embargo, esto no significa que los resultados de Gramis no sean válidos o interesantes, solo el estudio pierde la relevancia abierta.

Finalmente, el tiempo es una limitación para el estudio. solo un año de análisis en 2024. La implementación y la adopción de herramientas tecnológicas en la práctica empresarial pueden tomar años o incluso décadas para notar cambios significativos, mientras que en todos los ifest se presentan resultados después de algunos meses. Claro, esto significa que el impacto en el proceso de toma de decisiones se entiende que será definitivo, y los resultados recopilados muestran que estos cambios serán útiles. No obstante, es seguro decir que estos cambios no son permanentes ya que los resultados o consecuencias pueden cambiar en el futuro, lo que reduce el tiempo suficiente para la investigación para entender estas diferencias.

De esta manera, la presente investigación busca evaluar el impacto de las herramientas de IE en las decisiones estratégicas en la empresa Gramis para el año 2024. Se quiere determinar si la implementación de estas herramientas contribuyó a una mayor eficiencia operativa en la empresa, a

una toma efectiva de decisiones de producción y distribución de alimentos y a una mejor perspectiva en el mercado. Así, esta investigación ofrece una perspectiva sobre el uso de la inteligencia empresarial en la industria alimentaria y hasta qué punto estas herramientas pueden ser cruciales en la obtención de una ventaja competitiva sostenible en un entorno cada vez más digital.

CAPÍTULO II

FUNDAMENTOS TEÓRICOS

2.1. Antecedentes

2.1.1 Internacionales.

Frost & Sullivan (2018), concluyen tras analizar la implementación de inteligencia empresarial en empresas multinacionales que el uso de avanzadas herramientas de análisis de datos permite a las organizaciones prever los cambios del mercado y decidir de manera más informada y ágil. Estos autores subrayan así la posibilidad de que las empresas que emplean estas herramientas aumenten drásticamente su competitividad y respondan con rapidez a los desafíos exigidos por el medio.

Uno de los estudios que analizaba el impacto de los instrumentos de IE en la toma de decisiones estratégicas en empresas del sector manufacturero fue realizado por Srinivasan y Bansal (2019). En general, los mencionados autores notaron que los sistemas de inteligencia empresarial “desempeñan un papel cada vez más importante en ayudar a las compañías a no solo mejorar la eficiencia y el rendimiento operativos, sino también en permitir la gestión del rendimiento, optimiza la cadena de suministro, y proporciona una base más sólida para la toma de decisiones estratégicas”. Al mismo tiempo, los investigadores también mencionaron que “el éxito de

estos sistemas radica en la integración efectiva con las prácticas existentes, más que en la implementación de sistemas autónomos”.

Kiron et al. en su estudio de 2020 examinó cómo la inteligencia empresarial influye en la toma de decisiones en empresas de distintas industrias en todo el mundo. Sus hallazgos demostraron que las corporaciones que emplean el análisis de inteligencia empresarial pueden pronosticar la realización de los productos y el comportamiento de los compradores, lo que les permite tomar decisiones informadas acerca del diseño de productos y la planificación de recursos. Además, subrayaron la importancia de la formación del personal, señalando la imposibilidad de desarrollar totalmente el potencial de la IE sin ella.

En 2021, según IBM: “Una encuesta de IBM descubrió que las empresas globales que implementan tecnologías de inteligencia empresarial para mejorar la toma de decisiones estratégicas financieras, operativas y de recursos humanos, alinean los esfuerzos con éxito con los requisitos del mercado. También descubrió que las herramientas de IE generan ahorros operativos significativos en las empresas y la capacidad de adaptación de las organizaciones para mantenerse al día con un mundo empresarial en rápida evolución”.

2.1.2 Nacionales

Un ejemplo de un estudio entre empresas relacionadas con la fabricación en Perú es la investigación de Gamarra (2017). El autor examinó la efectividad de la implementación de la inteligencia empresarial y descubrió que las herramientas de la IE brindan ventajas en forma de mejora de los procesos operativos y una mayor flexibilidad en términos de adaptación a las

necesidades de los mercados cambiantes. Señaló que las barreras tecnológicas y la escasa disponibilidad de capacitación son obstáculos significativos para aprovechar las oportunidades entre la mayoría de las empresas locales.

De manera similar, Martínez (2018), estudia cómo las pequeñas y medianas empresas en el Perú utilizan la inteligencia empresarial para mejorar la toma de decisiones. El autor señala que a pesar de que la gran mayoría de las empresas en Perú aún no han implementado estas herramientas integralmente, aquellas que lo han hecho han notado un aumento significativo de la eficiencia de planificación y operativa, sea de la gestión de inventarios o de la predicción de la demanda.

Rodríguez (2018), realizó una investigación sobre cómo la inteligencia empresarial influye en la toma de decisiones de las empresas peruanas en el sector alimentario. El autor llegó a la conclusión de que las herramientas de IE tienen el potencial de convertirse en motores efectivos de mejorar la cadena de suministro, reducir los costos operativos y aumentar la calidad del servicio al cliente. Al mismo tiempo, se observa que la baja infraestructura tecnológica y la resistencia al cambio limitan en gran medida la capacidad de implementar el IE en la práctica.

Finalmente, Villanueva (2019), analizó el efecto de la inteligencia empresarial en la toma de decisiones estratégicas en empresas peruanas de mediano tamaño. Ella halló que, aunque muchas empresas han implementado soluciones de IE para mejorar la toma de decisiones, muchas aún usan métodos antiguos al no contar con recursos y capacitación suficientes. En conclusión, se necesita una capacitación más extensa y una

inversión más elevada en tecnología para beneficiarse al máximo de la inteligencia empresarial.

2.1.3 Locales

A nivel local, Quispe (2021), realizó un estudio sobre la adopción de herramientas de inteligencia empresarial en pequeñas empresas comerciales en la ciudad de Juliaca. El estudio descubrió que incluso aquellas pequeñas empresas que comienzan a utilizar herramientas básicas de IE para la administración de inventarios y las ventas todavía dependen en gran medida de procesos manuales y métodos tradicionales. Asimismo, según Quispe, la falta de infraestructura técnica y la capacidad insuficiente del personal son factores que impiden la rápida adopción de herramientas de inteligencia empresarial en la región.

En este sentido, en la industria alimentaria, Zúñiga, en 2022, investiga el manejo de la IE del sector alimentario en Juliaca. Aunque algunas empresas ya están utilizando una variedad de herramientas de IE para mejorar la producción, muchas no tienen estrategia para la adopción efectiva de la IE, lo que dificulta la capacidad de una empresa de tomar decisiones informadas. El autor argumenta que el uso de herramientas de tecnología de inteligencia empresarial puede mejorar la eficiencia y competitividad de las empresas alimentarias.

Un estudio similar realizado por Alvarado (2020), en Juliaca, acerca del uso de herramientas tecnológicas en pequeñas empresas, también constató que la implementación de inteligencia empresarial en la toma de decisiones estratégicas aún se encuentra en su fase inicial. La mayoría de las pequeñas empresas locales no cuentan con acceso a recursos

tecnológicos ni con empleados formados en estas herramientas, por lo que ignoran los beneficios de la inteligencia empresarial. Solo se registró que en aquellas empresas que han comenzado a implementar herramientas básicas de IE se implementaron mejoras en la gestión de inventarios y costeo.

Finalmente, Huerta 2023 estudió sobre cómo las organizaciones de Juliaca emplean tecnologías de inteligencia empresarial para incrementar su competencia. Según la autora, aunque ha habido un aumento en la forma en que las tecnologías industriales se usan de las empresas grandes procesa la ciudad, las MIPYME continúan enfrentando problemas esenciales como el inadecuado soporte en infraestructura y desconocimiento de las utilidades de la inteligencia empresarial lo que contribuye a la limitación del impacto de dicho software en la toma de decisiones tácticas.

2.2. Marco epistemológico

El marco epistemológico para este estudio se basa en la epistemología constructivista, que afirma que el conocimiento se construye a través de la interacción de los individuos con su entorno social y organizacional. En este caso, el estudio trata sobre cómo las herramientas de inteligencia empresarial impactan la toma de decisiones estratégicas en la organización de Gramis.

Desde una perspectiva constructivista, el conocimiento no es estático o externalizado, sino más bien dinámico, que se construye y transforma con la interpretación de los individuos sobre la información y la aplicación a su contexto organizacional. Dentro de las empresas, la toma de decisiones estratégicas, especialmente capturadas bajo la lupa de la inteligencia empresarial, no se puede abordar sin el proceso de cómo los actores clave,

como los directivos, empleados, etc., interactúan con los datos y, de modo particular, estos mismos datos procesados por la herramienta de IE son interpretados y utilizados para guiar acciones empresariales. Según Piaget, el conocimiento se crea con la experiencia y la reflexión, lo cual es relevante, ya que los miembros de una empresa transforman su conocimiento y experiencia en relación con tecnologías diferentes y nuevas.

Desde la perspectiva de los procesos de toma de decisiones estratégicas, el enfoque constructivista mitiga la forma en que los actores dentro de Gramis interpretan los datos generados por la herramienta de IE, cómo esto influye en la visión de los problemas y las oportunidades en la empresa, que conlleva a qué estrategia puede haber sido tomada. En este caso, la utilización de herramientas no es un proceso mecánico o informal, sino más bien, socio-cognitivo, donde la experiencia y las cogniciones internas se manifiestan a través de procesos.

Este marco epistemológico también se refleja en la teoría de Vygotsky, que hablaba del entorno social como base de la creación de conocimiento. Invertir en la implementación de tecnologías de IE, en este caso, la cultura de toma de decisión mayoría presente en Gramis y la interacción entre los miembros del equipo, cómo formulan y aplican el aspecto cognitivo de IE y toma decisiones estratégicas. Además, explicando cómo la capacitación del personal, como se menciona en los objetivos de la investigación, es las formas en que operativamente los trabajadores asimilan y aplican el aspecto cognitivo/aspecto de las herramientas de IE.

Resumiendo, se sugiere que el marco epistemológico para esta investigación se basa en la generación social de conocimiento capturado en

la interpretación de datos proporcionados por herramientas de IE y cómo estas representaciones conducen a la toma de decisiones estratégicas. En otra palabra, el conocimiento generado se crea dentro de un entorno social y organizacional, donde factores internos, como formación y cultura interna, juegan un papel importante en cómo se entrelazan las herramientas de IE y las decisiones.

2.3. Estado del arte

En los últimos años, el estado de la cuestión en torno al impacto de las herramientas de inteligencia empresarial (IE) en la toma de decisiones estratégicas ha evolucionado considerablemente. Tanto a nivel internacional como nacional, varios estudios han abordado el papel crucial que juegan en las empresas, incluida la eficiencia operativa y la toma de decisiones informadas, así como la competitividad organizacional. Por ejemplo, a nivel internacional, estudios como Kiron et al. y Srinivasan y Bansal han demostrado que la adopción de herramientas de inteligencia empresarial permite a las empresas mejorar significativamente su capacidad de predecir y analizar y mejorar la toma de decisiones en áreas como la gestión de la cadena de suministro, marketing y finanzas. Asimismo, han llegado a la conclusión de que la integración de la IE fomenta una relación más estrecha de las decisiones estratégicas con las necesidades del mercado y permite a las empresas ser más ágiles y receptivas a los cambios en el entorno de negocio.

Gartner define la inteligencia empresarial como la tecnología, las aplicaciones, las prácticas y los procesos de presentación de informes que permiten recopilar, integrar, analizar y presentar información empresarial

crítica, los términos que se usan para referirse a las herramientas que transforman grandes volúmenes de datos en información valiosa y fácil de usar que permite a las empresas tomar decisiones correctamente. Por lo tanto, como señalan Herschel y Jones, la capacidad de utilizar datos y análisis para la toma de decisiones estratégicas es uno de los mayores activos de una empresa. Sin embargo, además del acceso a las herramientas de IE, lo es también la formación en el uso efectivo y relevante de estas últimas, como subraya también Kiron et al. , lo que destaca cómo la falta de formación en estas tecnologías podría, de hecho, limitar su impacto sobre la toma de decisiones.

En cuanto al contexto nacional, tanto el estudio de Gamarra en 2017 como el de Martínez en 2016 se centraron en la adopción de herramientas de IE en empresas peruanas, y, en este caso, en empresas del sector de las pequeñas y medianas empresas. Varios estudios han presentado que, según varios estudios, se ha evidenciado que las pymes peruanas siguen enfrentando serias dificultades para hacer ceras y tecnologías avanzadas como la IE debido a la ausencia de recursos y capacitación. Sin embargo, algunos también han demostrado que una vez integradas, las empresas pueden obtener muchos beneficios de estos sistemas, por ejemplo, mejorar la eficiencia operativa y optimizar los procesos internos. En cuanto al sector alimentario, la investigación de Rodríguez en 2018 en empresas peruanas señaló el papel crucial que la inteligencia empresarial puede desempeñar en los esfuerzos por mejorar la gestión de la cadena de suministro, reducir los costos y aumentar la calidad de los servicios prestados al cliente. Al mismo tiempo, se concluye que existen serias limitaciones que impiden que las

empresas exploten el potencial de la IE, incluida la infraestructura tecnológica y la capacitación del personal. Esos se presentarán aquí con mayor detalle; sin embargo, coinciden con los resultados de Zúñiga en 2022, que afirmó que las empresas locales, a pesar de haber comenzado a adoptar herramientas básicas de IE, todavía están lejos de implementar un sistema integrado que les permita aprovechar las capacidades completas de estas tecnologías.

Finalmente, en términos de la situación local, la investigación como la de Quispe en 2021 y Alvarado en 2020 han habido en el caso de las pequeñas empresas de la región que se encuentra en la etapa de inicio de la de herramientas de inteligencia empresarial. La falta de infraestructura tecnológica y la formación insuficiente del personal son dos de los muchos factores que limitan la capacidad de las empresas de Juliaca para implementar eficazmente las herramientas de inteligencia empresarial. No obstante, se observó que, a pesar de su limitada aplicación, las empresas que las utilizaron observaron mejoras en la gestión de inventarios, la reducción de costos y el análisis de datos operativos. En resumen, el análisis comparativo sugiere que a nivel mundial y nacional, la inteligencia empresarial tiene varios efectos positivos en las decisiones estratégicas, especialmente en actividades críticas como la eficiencia operativa, la eficiencia de la producción y la predicción de tendencias futuras. Sin embargo, también se pueden identificar varios desafíos, sobre todo en materia de formación y acceso a la tecnología, que sigue siendo un factor limitante que afecta a muchas empresas locales.

2.4. Bases teóricas

2.4.1 Herramientas de Inteligencia Empresarial (IE)

La Inteligencia Empresarial, o Business Intelligence (BI), es un conjunto de tecnologías, aplicaciones, prácticas y procesos que permiten a las organizaciones la recolección, integración, análisis y presentación de información clave para el negocio para apoyar la toma de decisiones. En este sentido, nuestra propuesta permite a las empresas transformar grandes volúmenes de datos no procesados en información útil y comprensible que puede ser utilizada para mejorar los procesos de negocio, optimizar recursos, identificar oportunidades y reducir riesgos. En este sentido, el marco teórico se centra en comprender las herramientas clave y su aplicación dentro de las organizaciones basadas en la toma de decisiones.

2.4.1.1. Definición y Conceptos Clave

En términos generales, la IE se refiere al uso de tecnologías informáticas para analizar datos de negocios y hacer que esa información sea útil para tomar decisiones empresariales. Específicamente, Turban et al., 2018 define la IE como una disciplina que abarca un amplio rango de actividades que incluyen la recopilación de datos, el análisis, la minería de datos, la visualización y la creación de informes. Las herramientas de IE son críticas para que las empresas realicen un análisis en profundidad de sus operaciones internas, el comportamiento del mercado, las preferencias de los consumidores y los factores externos que pueden influir en su desempeño.

Algunas de las herramientas de IE que se utilizan ampliamente hoy en día incluyen sistemas de soporte a decisiones, sistemas de información ejecutiva, plataformas de análisis de datos y herramientas de minería de datos. Estas herramientas son vitales para procesar fácilmente grandes volúmenes de datos y entregarles a los usuarios la información que necesitan para tomar decisiones.

2.4.1.2. Tipos de Herramientas de IE

1. **Sistemas de Soporte a Decisiones (DSS):** de acuerdo con Power, los DSS son sistemas interactivos que ayudan a los usuarios a tomar decisiones utilizando datos y modelos de análisis. Con los sistemas de soporte, los gerentes pueden explorar diferentes escenarios y alternativas antes de decidir. Por ejemplo, en el caso de Gramis, un DSS podría ayudar a analizar las tendencias de consumo y apoyar la toma de decisiones antes de la cadena de suministro y proceso de producción.

2. **Plataformas de Análisis de Datos:** permiten integrar y analizar datos de distintas fuentes, como bases de datos, hojas de cálculo, y aplicaciones empresariales. Power BI, Tableau y Qlik, entre otras, ayudan a las empresas a visualizar sus datos de una manera interactiva y a generar informes personalizados. Según Henschen, estas plataformas de análisis son críticas para convertir datos complejos en visualizaciones más simples, lo que puede ayudar a los gerentes a tomar decisiones estratégicas.

3. **Minería de datos (Data Mining):** descubrir patrones y tendencias significativas dentro de conjuntos de datos más grandes. Han

et al. alega que la minería de datos es una de las técnicas de inteligencia de negocios más poderosas porque puede ayudar a la empresa a predecir comportamientos, identificar riesgos y oportunidades. Por ejemplo, en el negocio de alimentos de Gramis, la minería de datos podría ayudar a predecir el número de productos demandados por segmento de mercado o a descubrir factores que influyen el proceso de distribución.

4. **Sistemas de Información Ejecutiva (EIS):**

proporcionar a los ejecutivos de alto nivel información sobre el desempeño a través de los paneles de control. Watson et al. menciona que los EIS son críticos para la toma de decisiones porque proporcionan un resumen sobre toda la organización y, de este modo, ayudan a los altos gerentes a tomar decisiones más rápidamente.

2.4.1.3. **Funciones y Beneficios de las Herramientas de IE**

Las herramientas de IE permiten a las empresas realizar las siguientes funciones esenciales para la toma de decisiones estratégicas:

1. **Análisis predictivo.** Las herramientas de IE pueden analizar tendencias pasadas y actuales para predecir comportamientos futuros, lo que ayuda a las empresas a anticipar cualquier cambio en el mercado. Chen et al., (2012) afirma que el análisis predictivo proporciona a empresas la capacidad no solo de minimizar riesgo, sino también de capitalizar en oportunidades de forma más proactiva.

2. **Mejora de la eficiencia operativa.** Las herramientas de IE identifican ineficiencias dentro de los procesos operativos, lo que

permite a las empresas a optimizar recursos y reducir costos. Para analizar operaciones diarias de una empresa, como el uso de energía o inventario de productos, una empresa puede encontrar oportunidades de mejora que afecten su margen de ganancia de manera directa.

3. **Toma de decisiones más informadas.** La IE tiene la función clave de permitir a los directivos tomar decisiones basadas en los datos en lugar de su instinto o suposición. Según Laursen y Thorlund, las empresas que utilizan IE tienen una probabilidad mucho mayor de tomar decisiones acertadas y estratégicas, lo que a su vez les da una ventaja competitiva sostenible.

4. **Mejora de la competitividad.** Fitzgerald y Young, (2017) afirman que las herramientas de IE mejoran la competitividad de una empresa al proporcionarla con una ventaja en la toma de decisiones más rápidas y más fundamentadas en análisis de datos más completos y certeros. Esto es especialmente relevante en mercados altamente competitivos como el sector alimentario, donde los cambios en las preferencias de consumidores y las dinámicas de mercado pueden cambiar con gran rapidez.

2.4.1.4. Desafíos en la Implementación de Herramientas de IE

A pesar de todos los beneficios asociados a las herramientas de IE, hay varios desafíos en su implementación. Davenport afirma que el mayor obstáculo es la falta de capacitación del personal. No es suficiente que las compañías inviertan en las herramientas tecnológicas; también deben formar y capacitar a sus empleados para utilizar estas herramientas de manera óptima. Sugiere que el desarrollo individual a

menudo está limitado por la resistencia al cambio organizacional. Dado que es necesario superar la cultura empresarial y las estructuras tradicionales, las organizaciones tienen dificultades para integrar completamente estas herramientas.

2.4.2 Toma de decisiones estratégicas

La decisión estratégica es uno de los procesos más básicos en la gestión empresarial que determina la orientación y el curso que debe seguir una organización para lograr sus metas a largo plazo. El proceso implica elegir entre posibles opciones que marcan la dirección y la sostenibilidad de la empresa, su competencia y rendimiento a lo largo del tiempo. La toma de decisiones estratégica es un proceso complejo que requiere comprensión y análisis del entorno organizacional, recursos, desarrollo del mercado, tendencias y metas. En este marco teórico, se presentan fundamentos y conceptos básicos y teorías relacionadas, enfoques, y herramientas utilizadas por las organizaciones para tomar decisiones estratégicas informadas.

2.4.2.1. Definición de Toma de Decisiones Estratégicas

La toma de decisiones estratégicas es un proceso en el que los líderes y directores de la empresa eligen un curso de acciones que les permitirá lograr aprovechar el posicionamiento en el horizonte competitivo. Para Mintzberg, Ahlstrand y Lampel: “La toma de decisiones es tanto un proceso formal de planificación como la emergencia de estrategias, basada en la experiencia y correctamente aprendida”. Así, la toma de decisiones contiene no solo el proceso de elegir de entre

varias opciones, sino también el riesgo, la oportunidad y la adaptación a los cambios en curso y la industria.

2.4.2.2. Tipos de Decisiones Estratégicas

Según Porter (1980), las decisiones estratégicas pueden dividirse en varias categorías, que incluyen las de la alta dirección, las corporativas, las funcionales y las de adquisición y crecimiento.

1. Decisiones de Dirección General: incluyen definir la misión, los valores, la visión a largo plazo y la dirección en la que la empresa debería invertir en los recursos disponibles para lograr el éxito;

2. Decisiones de Política Corporativa: abarcan la estructura organizativa, las políticas internas, la inversión en las actividades existentes y el comportamiento en comparación con la competencia;

3. Decisiones de Estrategias Funcionales: se refieren a áreas específicas, como marketing, producción, recursos humanos, etc. Las acciones y políticas en un área específica deberían apuntar a una ventaja competitiva sostenible. De acuerdo con Barney; una ventaja sostenible se da cuando una empresa tiene capacidades que son valiosas, raras, difíciles de imitar y no sustituibles, en términos de mercado.

4. Decisiones de Adquisición y Crecimiento: éstas tienen que ver con la adquisición de otros negocios, la venta de nuevos nichos, la apertura de nuevas fábricas o la creación de nuevas líneas de productos.

2.4.2.3. Factores que Influyen en la Toma de Decisiones Estratégicas

El proceso de toma de decisiones estratégicas está determinado por varios factores que pueden ser tanto internos como externos. Algunos de los principales incluidos por Ansoff son los siguientes:

1. Medio ambiente externo: la situación del mercado, la competencia, el desarrollo de la tecnología, la regulación gubernamental y la moda social son críticos para la toma de decisiones. Kotter señala que esta tarea se vuelve una tarea crítica para la toma de decisiones: sin una comprensión adecuada de lo que está sucediendo allí, se perderá la habilidad de adaptación y el poder de la formulación de estrategias

2. Recursos internos: las funciones y datos internos de la empresa, como la cadena de responsabilidades de la dirección, la cultura de la empresa, los trabajadores y el dinero gastado, también juegan un papel crítico. Según Barney, en la mayoría de los casos, la ventaja competitiva de una empresa es su potencial para utilizar algunas de las fuentes antes mencionadas y protegerla de otra.

3. Factores emocionales y psicológicos: según Simon, los buscadores no siempre toman decisiones prudentes, ya que a menudo poseen preguntas sarcásticas y legítimas. En algunos casos, las decisiones tontas son el resultado de los cálculos personales de un hombre.

4. Proceso de toma de decisiones: el proceso de toma de decisiones puede ser altamente centralizado o descentralizado. Drucker afirma en su famoso trabajo que, en la actualidad, se debe

formar un equipo de profesionales de diversas instituciones que capten decisiones estratégicas a varios niveles para trabajar de manera coherente en problemas holísticos y adaptativos.

2.4.2.4. Enfoques de la Toma de Decisiones Estratégicas

Hay varios enfoques para la toma de decisiones estratégicas que se pueden considerar para diferentes tipos de decisiones:

- 1. Modelo racional:** según Simon, la toma de decisiones basada en este modelo consiste en considerar todo el espectro de oportunidades a disposición de los tomadores de decisiones y seleccionar aquellas que tienen el mayor beneficio posible y el riesgo más amenazador. Ese modelo se aplica si hay información completa y clara.

- 2. Modelo incremental:** de acuerdo con Lindblom, este enfoque implica hacer más de una decisión para elegir lo que será la estrategia corporativa. En otras palabras, las decisiones estratégicas se toman progresivamente concretando las decisiones estratégicas anteriores. Ese tipo de decisión se realiza si las decisiones a tomar tienen muchos campos para la elección, es decir, mucho de incierto, y si el propietario no está en posición de tomar todas las decisiones de antemano y necesita “probar” el cercano.

- 3. Modelo de Política de Decisión:** según Pfeffer y Salancik, las decisiones estratégicas rara vez se toman con la ayuda de solo una persona. Más frecuente, son el resultado de largas discusiones, compromisos, negociaciones y acuerdos con diferentes partes

interesadas. Ese modelo se aplica cuando la decisión probablemente no sea popular.

4. Modelo de emergencia: la toma de decisiones estratégicas a veces se basa no en la experiencia y la racionalización, sino con la intuición y la experiencia anterior. Route Mintzberg et al. consideran que muchas veces la implementación de estrategias no es planificada y sigue la dirección de las necesidades del medio.

2.4.2.5. Herramientas para la Toma de Decisiones Estratégicas

Las herramientas de Inteligencia Empresarial son críticas para la toma de decisiones estratégicas en la era moderna. Turban et al. describe que las herramientas de IE permiten a las organizaciones “analizar grandes cantidades de datos e informar en detalle y prever tendencias, analizar la rentabilidad y medir y analizar la evaluación del rendimiento de la empresa”. Además, los cuadros de mando integral y los análisis DAFO ofrecen marcos para la evaluación y el diseño estructurado del planeamiento estratégico.

Tomar decisiones estratégicas es un proceso complicado que requiere una combinación de factores analíticos, intuición y experiencia. A pesar de la importancia fundamental de los modelos racionales y analíticos, en la mayoría de los casos, las decisiones también están determinadas por el carácter empresarial, los recursos y las restricciones existentes en la organización, el mercado y el ambiente interno. A través del factor crítico de éxito de Business Intelligence proporciona datos precisos y eligen los disponibles para las decisiones empresariales, mientras que los procesos de optimización y la mejora de largo plazo la

capacidad de adaptarse, reaccionar e implementar con eficacia una respuesta estratégica adecuada al contexto competitivo es esencial para la supervivencia y el éxito de la empresa en el entorno actual.

2.5. Marco conceptual

Toma de decisiones estratégicas: Proceso mediante el cual los líderes organizacionales seleccionan acciones a largo plazo que guían a la empresa hacia sus objetivos.

Modelo racional: Enfoque que analiza todas las alternativas posibles basándose en datos claros y completos para maximizar beneficios y minimizar riesgos.

Modelo incremental: Proceso de toma de decisiones por ajustes graduales, útil en entornos dinámicos con información incompleta.

Modelo político: Considera las decisiones como resultado de negociaciones y acuerdos entre grupos de interés dentro de la organización.

Modelo de decisiones de emergencia: Basado en la experiencia e intuición en situaciones de incertidumbre o crisis.

Entorno externo: Factores fuera de la organización, como el mercado, la competencia y las normativas, que influyen en las decisiones estratégicas.

Recursos internos: Capacidades y activos de la empresa, como recursos humanos, financieros y tecnológicos, que condicionan las estrategias.

Ventaja competitiva: Posición diferenciadora que permite a una empresa superar a sus competidores, según Barney (1991).

Análisis DAFO (FODA): Herramienta estratégica que identifica fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas.

Cuadro de mando integral (BSC): Herramienta que alinea objetivos estratégicos con indicadores clave de desempeño en diversas áreas de la organización.

Inteligencia empresarial (IE): Uso de tecnologías y herramientas para analizar datos y apoyar la toma de decisiones empresariales.

Factores cognitivos y psicológicos: Limitaciones humanas como sesgos que afectan la racionalidad de las decisiones.

Procesos de planeación estratégica: Métodos estructurados para definir objetivos, estrategias y recursos necesarios para alcanzarlos.

Política corporativa: Decisiones relacionadas con la estructura interna, asignación de recursos y posicionamiento en el mercado.

Decisiones de crecimiento: Estrategias relacionadas con la expansión, adquisición o exploración de nuevos mercados y productos.

Estrategias funcionales: Decisiones específicas en áreas como marketing, finanzas, recursos humanos y operaciones.

Capacitación en toma de decisiones: Proceso de formación para mejorar las habilidades del personal en el uso de herramientas y técnicas estratégicas.

Riesgo estratégico: Evaluación y manejo de incertidumbres que podrían afectar el éxito de una decisión estratégica.

Adaptación al entorno: Capacidad de la empresa para ajustar sus estrategias en respuesta a cambios externos.

Planeación a largo plazo: Enfoque que guía las decisiones hacia objetivos sostenibles y orientados al futuro.

2.6. Hipótesis

2.6.1 Hipótesis general

El uso de herramientas de inteligencia empresarial influye significativamente en la toma de decisiones estratégicas de la empresa Gramis en Juliaca durante el año 2024.

2.6.2 Hipótesis específicas

1. El uso de herramientas de inteligencia empresarial mejora la optimización de los procesos de producción y distribución de alimentos en la empresa Gramis.
2. La capacitación del personal en el uso de herramientas de inteligencia empresarial incrementa la efectividad en la toma de decisiones estratégicas de la empresa Gramis.
3. Los factores internos y externos determinan la adopción y el uso efectivo de las herramientas de inteligencia empresarial para la toma de decisiones estratégicas en la empresa Gramis.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA Y RESULTADOS

3.1. Métodos de investigación

El tipo de estudio aplicado en el presente caso fue cuantitativo, puesto que se pretendió determinar a través del empleo de herramientas estadísticas si existe relación o no entre el uso de herramientas de inteligencia empresarial y la toma de decisiones estratégicas en la empresa Gramis. En este sentido, el estudio cuantitativo facilitó la recolección y análisis de datos numéricos obtenidos a través de instrumentos estructurados, permitiendo medir variables y verificar hipótesis. El principal método de investigación fue el hipotético-deductivo, ya que el proceso de recolección de datos se construyó a priori, a partir de variables e hipótesis formuladas.

3.1.1 Tipo de investigación

En este sentido, el tipo de investigación fue de carácter aplicado, por cuanto, el propósito primordial radicó en la generación de conocimiento susceptible de ser aprovechado para solucionar problemáticas asociadas a la toma de decisiones estratégicas en la empresa Gramis. De ese modo, la investigación de esta tipología se concibe no solo por la comprensión de la

problemática, sino por la generación de fundamentos para la solución y aprovechamiento idóneo de estas herramientas IE en el ámbito organizacional.

3.1.2 Nivel

El nivel de investigación fue correlacional, ya que se pretendía analizar la relación entre dos variables importantes: el uso de las herramientas de inteligencia empresarial y la toma de decisiones estratégicas. En este sentido, el nivel logra verificar si existe una correlación significativa entre estas variables y el efecto de esta correlación en áreas específicas, como la mejora de procesos, la preparación del personal y la implementación.

3.1.3 Diseño

El diseño de la investigación fue no experimental y transversal. En esta línea, fue no experimental porque ninguna variable se manipuló de manera directa; al contrario, se observó y analizó el comportamiento de las variables en su entorno natural. De igual manera, el diseño fue transversal ya que la recolección de los datos se llevó a cabo en un solo tiempo, es decir, en el año 2024. Por lo tanto, esta metodología ayudó a obtener una vista general de la situación y de estas generalizar obteniendo conclusiones a partir de las relaciones concretas observadas entre las variables.

3.2. Modalidad de estudio de casos

3.2.1 Población

La población a investigar abarcaría, los 72 empleados de la empresa Gramis en la ciudad de Juliaca, en el año 2024. Esta cantidad incluye los trabajadores de distintos departamentos, como producción, distribución, administración y cualquier otra área operativa. Al tomarse una muestra de este grupo, se tendría una visión general de los empleados de esta empresa y se habría abarcado desde la perspectiva de quienes están encargados de dirigir la estrategia y de aquellos que la ejecutan directamente.

Esta elección de población fue adecuada porque permitió abarcar las respectivas opiniones y percepciones del efecto que tienen las herramientas de inteligencia empresarial en los procesos organizativos específicos.

3.2.2 Muestra

Esta opción corresponde a un muestreo censal, ya que la población del estudio se reveló en 72 trabajadores. Muestral, de esta manera, se llevó a cabo en la totalidad de esta población. Esta elección permitió asegurarse de que todos los empleados de la empresa Gramis en Juliaca en el año 2024 estuvieran incluidos en el estudio, y ningún subgrupo fuera excluido.

Como resultado, la población seleccionada para el estudio fue representativa y muy amplia en su alcance. La selección de un muestreo censal se justificó por el tamaño relativamente pequeño de la población elegida, lo que permitió recopilar y analizar datos de todos los participantes.

Un enfoque alternativo habría introducido un sesgo en el estudio y habría limitado la cantidad de perspectivas consideradas, ya que no se

hubiera capturado la diversidad de las áreas estratégicas y operativas. Como tal, una visión integral del impacto de las herramientas de inteligencia empresarial en la toma de decisiones y, en última instancia, en el rendimiento comercial de la empresa ya no estaría garantizada.

3.3. Métodos y técnicas de recogida de información

Los métodos de recolección de información se caracterizaron por su naturaleza cuantitativa, con el fin de obtener datos en términos numéricos que permitirían medir y analizar la relación entre el uso de IE y la toma de decisiones estratégicas en Gramis.

La técnica central fue la encuesta, ya que permitió recolectar datos directos y estructurados de los empleados de la empresa en relación con las variables investigadas.

El instrumento utilizado fue un cuestionario estructurado que se concibió específicamente para cubrir las dimensiones del uso de las herramientas de IE y sus efectos en la toma de decisiones estratégicas. Se formularon preguntas cerradas en una escala tipo Likert de 5 puntos para los empleados y sus percepciones y niveles de acuerdo o desacuerdo con los temas en cuestión. El formato permitió la cuantificación de los datos que posteriormente se sometieron a análisis estadístico.

La encuesta se aplicó de manera presencial en las instalaciones de Gramis, asegurando la participación de todos los empleados de la empresa. Se tuvo especial cuidado en redactar preguntas claras para que todos los participantes pudieran entenderlas, independientemente de sus posiciones jerárquicas o áreas de responsabilidad. Además, se garantizó la confidencialidad de las respuestas y se implementaron medidas para

generar confianza y promover la honestidad entre los trabajadores y sus respuestas.

El complemento a la encuesta fue la observación no participante en el entorno de trabajo para comprender cómo se utilizan las herramientas de IE en los procesos que lleva a cabo la empresa. Este enfoque académico permitió comparar las respuestas obtenidas a partir de las encuestas con el comportamiento real de los empleados. La combinación de estas técnicas aseguró un amplio alcance de los datos y los hizo fiables, lo que a su vez garantizó una base sólida para analizar las hipótesis planteadas en el estudio.

3.3.1 Criterios de Inclusión

- Pertenencia laboral: Trabajadores que pertenecían a la empresa Gramis en Juliaca activa en el año 2024.
- Disponibilidad: Empleados con disposición a participar en la investigación de manera voluntaria, a responder con veracidad el cuestionario.
- Relación con las variables: Personal de áreas estratégicas, operativas y administrativas que, de una otra forma, pudieran utilizar herramientas de inteligencia empresarial o estarían relacionados directamente con el proceso de toma de decisión en la empresa.
- Antigüedad mínima: Colaboradores con por lo menos tres meses de antigüedad en la empresa, para garantizar que tuvieran un conocimiento básico sobre los procesos organizativos y herramientas utilizadas.

3.3.2 Criterios de Exclusión

- Ausencia laboral: Trabajadores en licencias, permisos prolongados o que no estuvieron disponibles en el periodo de recolección de datos.
- Falta de relación con el objeto de estudio: Empleados cuyas funciones no están vinculadas de ninguna forma con la implementación y el uso de herramientas de la inteligencia empresarial ni con el proceso de toma de decisiones estratégicas.
- Falta de consentimiento: Empleados que no aceptaron responder las encuestas del estudio, ya sea por decisión propia o por desinterés.
- Rotación laboral: Empleados que dejaron de pertenecer a la organización antes del término de este.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

4.1. Análisis de datos

La recolección de datos es el procedimiento sistemático que involucro pasos significativos para asegurarse de la validación, organización e interpretación adecuada de los datos. Por lo tanto, fue vital en el examen de los hechos y por lo que responde varias preguntas de la hipótesis.

Preparación de datos – Comenzamos la limpieza y la revisión de los cuestionarios respuestas a los empleados. Codificamos los datos en una base organizada, donde asignamos puntajes a las respuestas en la escala de Likert, lo que hace de gran apoyo al procesar los datos para el análisis estadístico. Además, revisamos las encuestas para los vacíos y totalizamos errores simples de descalificación.

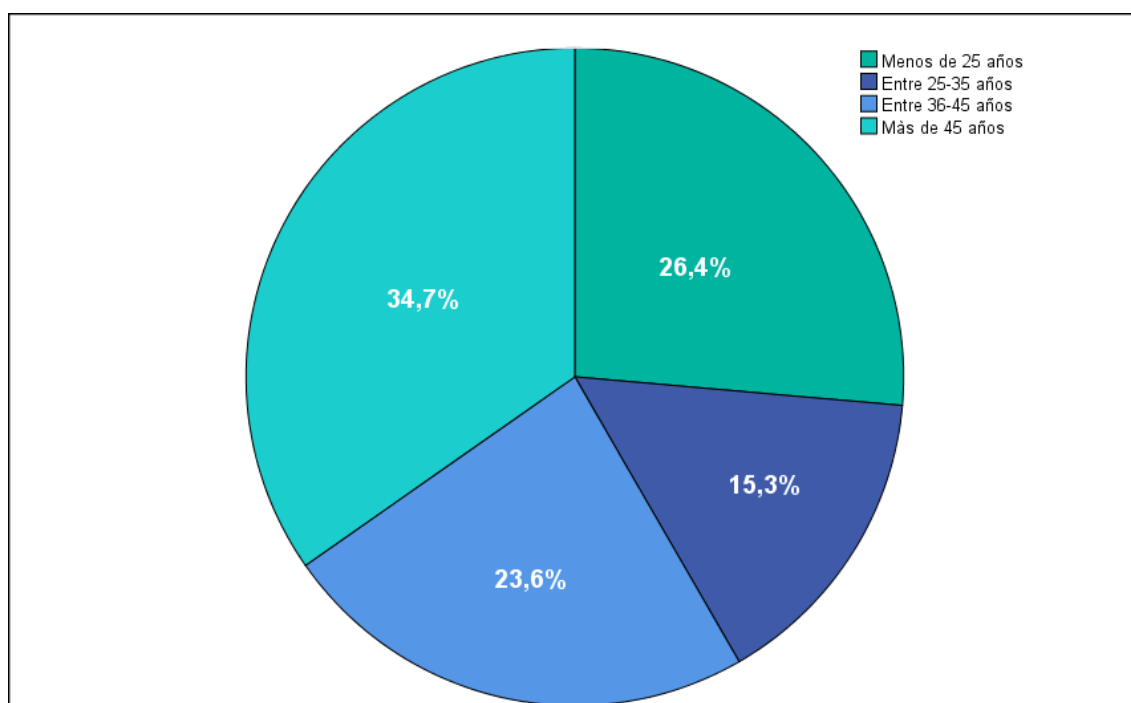
Análisis descriptivo, que involucró el uso de estadísticas descriptivas para resumir las características primarias de la información. Calculamos las frecuencias, los porcentajes, las medias y las desviaciones estándar para cada variable, lo que nos brinda una comprensión del comportamiento de los hechos. La comprensión de estos hechos ayudó a crear una idea inicial de la utilización de las herramientas de IE en la toma de decisiones.

Uso informático – Usamos el programa SPSS y Excel para los análisis de los datos, lo que garantizó una alta precisión de los muchos campos de la información. Generamos las tablas, los gráficos y los modelos que facilitarían el entendimiento de los resultados.

Interpretación – Para encontrar conclusiones, consideramos los resultados de las pruebas en referencia a la teoría y los conceptos.

Tabla 1*Distribución por Edad*

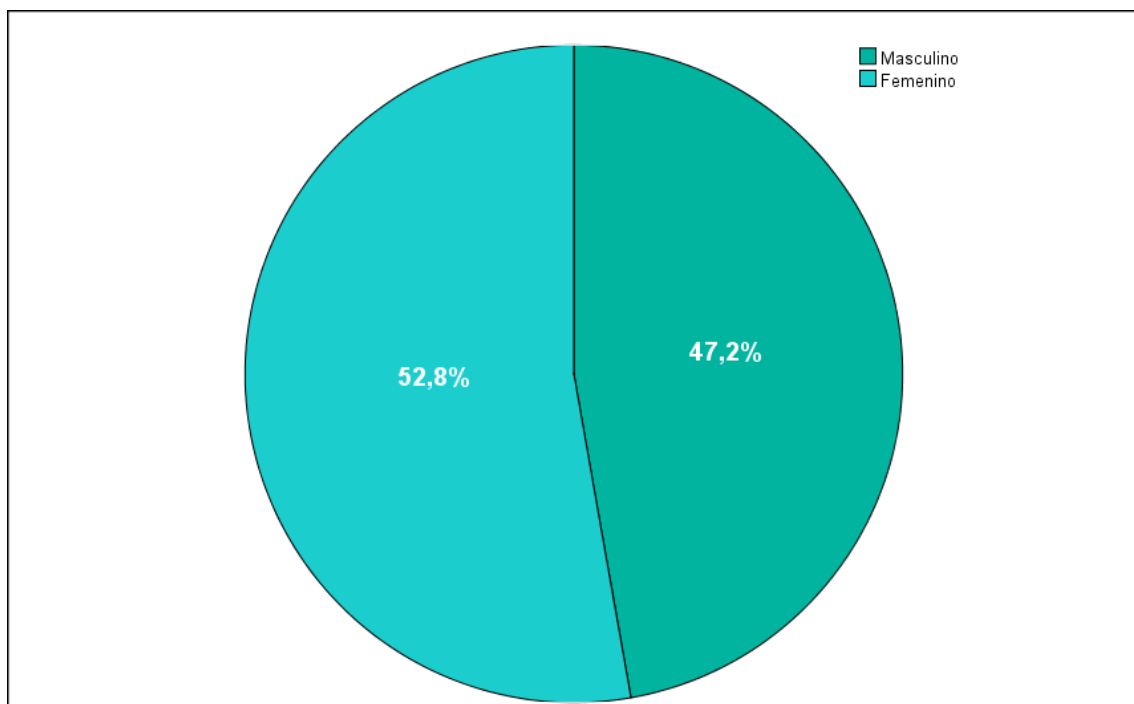
		Frec	%	% válido	% acum
Válido	Menos de 25 años	19	26,4	26,4	26,4
	Entre 25-35 años	11	15,3	15,3	41,7
	Entre 36-45 años	17	23,6	23,6	65,3
	Más de 45 años	25	34,7	34,7	100,0
	Total	72	100,0	100,0	

Figura 1*Distribución por Edad*

La distribución de edades de los trabajadores de la empresa Gramis se distribuye de la siguiente manera 34,7% mayores de 45 años, 26,4% menores de 25 años, 23,6% entre 36 y 45 años y 15,3% entre 25 y 35 años. Por lo tanto, la empresa presenta una gran diversidad en sus rangos etarios.

Tabla 2*Distribución de Género*

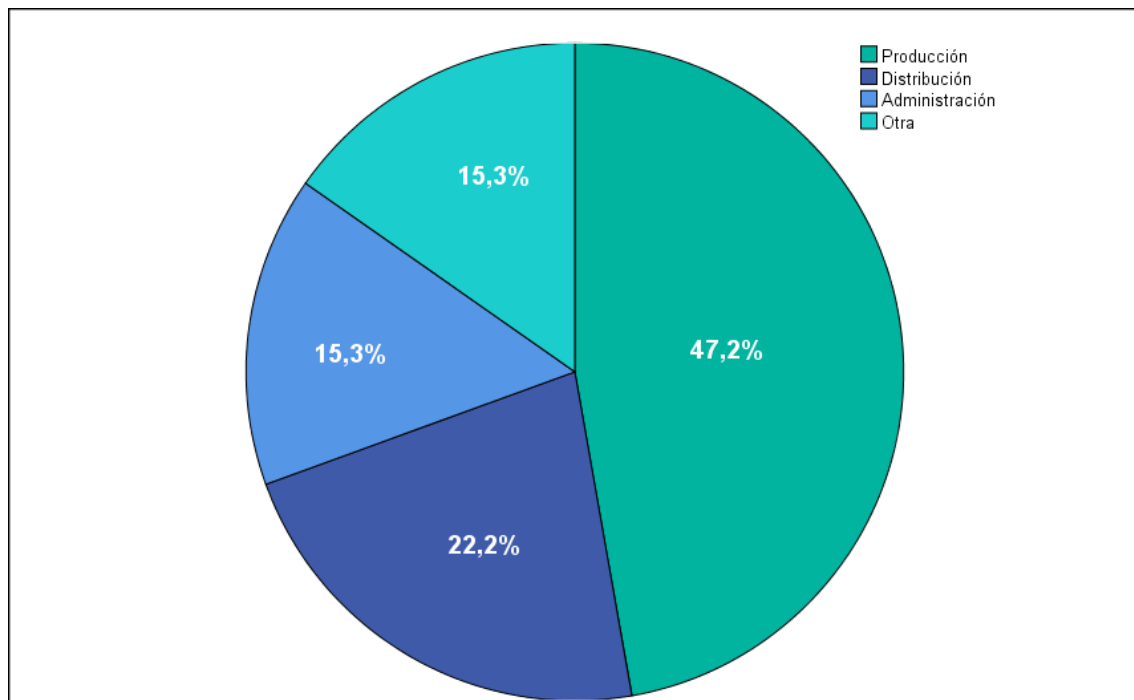
		Frec	%	% válido	% acum
Válido	Masculino	34	47,2	47,2	47,2
	Femenino	38	52,8	52,8	100,0
	Total	72	100,0	100,0	

Figura 2*Distribución de Género*

La siguiente distribución de género muestra que el 52,8% de los empleados son mujeres mientras que el 47,2% son hombres. La diferencia para las mujeres indica aproximadamente un 11% adicional de representación femenina:

Tabla 3*Distribución por área de trabajo*

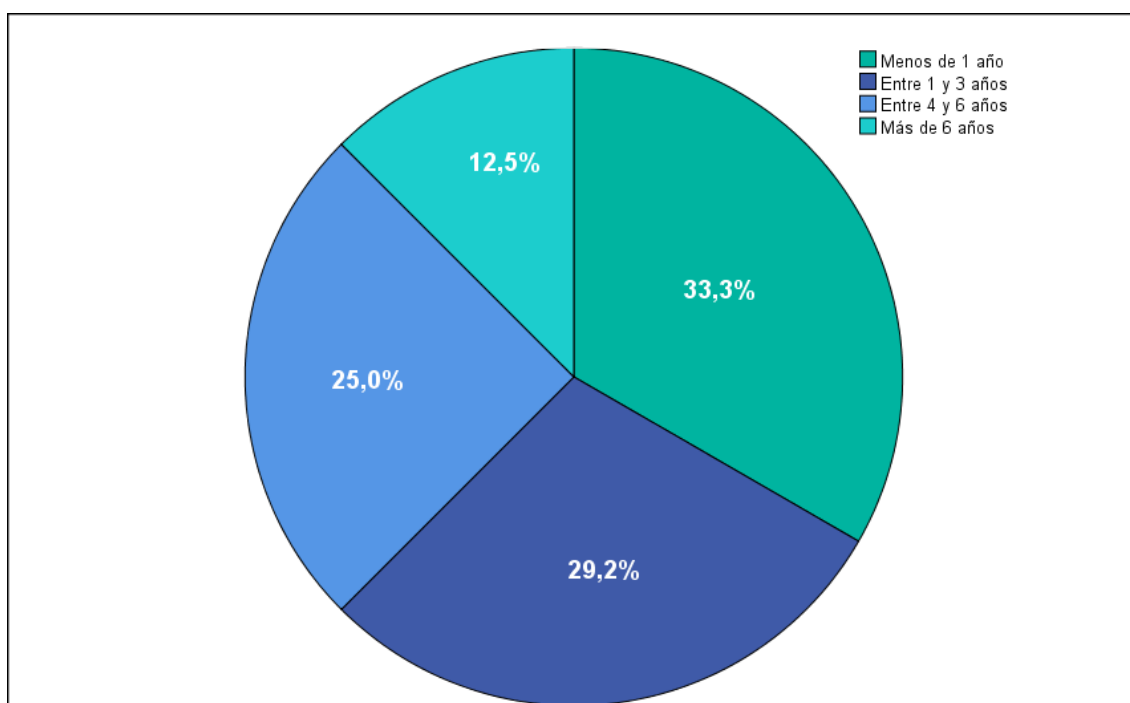
		Frec	%	% válido	% acum
Válido	Producción	34	47,2	47,2	47,2
	Distribución	16	22,2	22,2	69,4
	Administración	11	15,3	15,3	84,7
	Otra	11	15,3	15,3	100,0
	Total	72	100,0	100,0	

Figura 3*Distribución por área de trabajo*

En cuanto a la participación de las áreas de trabajo, el 47,2% trabaja en el área de Producción y el 22,2% en el área de Distribución. Además, el 15,3% los empleados realizan su trabajo en la zona de Administración, así en otras áreas. Por lo tanto, la mayoría de los empleados trabajan en producción, mientras que otras áreas están representadas en menor medida.

Tabla 4*Distribución por Antigüedad en la empresa*

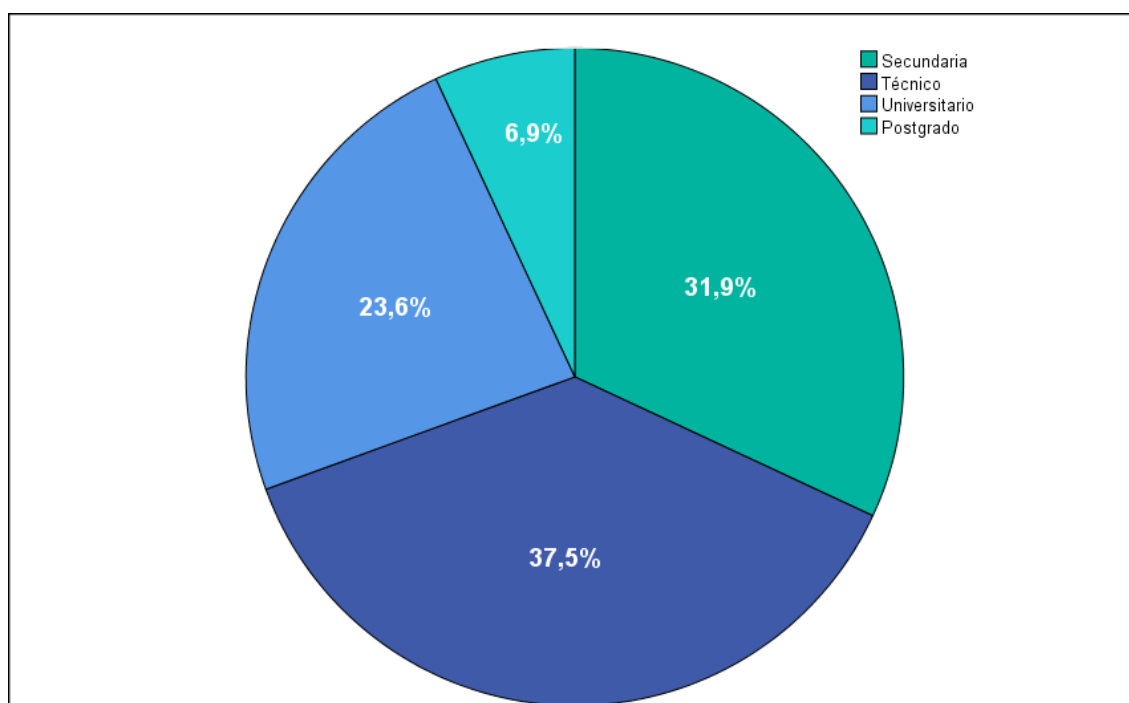
		Frec	%	% válido	% acum
Válido	Menos de 1 año	24	33,3	33,3	33,3
	Entre 1 y 3 años	21	29,2	29,2	62,5
	Entre 4 y 6 años	18	25,0	25,0	87,5
	Más de 6 años	9	12,5	12,5	100,0
	Total	72	100,0	100,0	

Figura 4*Distribución por Antigüedad en la empresa*

La distribución de la antigüedad en la empresa es la siguiente: 33,3% menos de 1 año, 29,2% entre 1 y 3 años, 25,0% entre 4 y 6 años y 12,5% más de 6 años. La mayoría de los empleados tienen hasta 3 años de antigüedad. Puede significar una alta rotación o que el personal sea reciente.

Tabla 5*Distribución por Nivel educativo alcanzado*

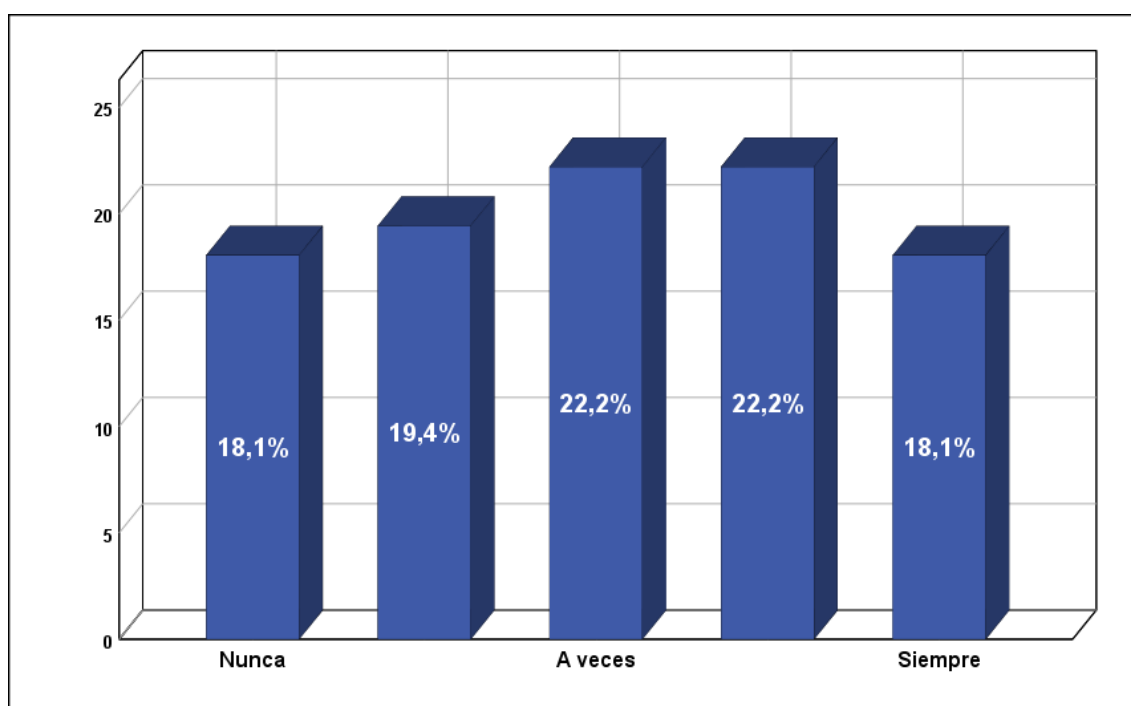
		Frec	%	% válido	% acum
Válido	Secundaria	23	31,9	31,9	31,9
	Técnico	27	37,5	37,5	69,4
	Universitario	17	23,6	23,6	93,1
	Postgrado	5	6,9	6,9	100,0
	Total	72	100,0	100,0	

Figura 5*Distribución por Nivel educativo alcanzado*

En cuanto a la distribución del nivel educativo, el 37,5% de los trabajadores tiene estudios técnicos, el 31,9% ha completado la secundaria, el 23,6% tiene estudios universitarios, mientras que el 6,9% ha alcanzado estudios de postgrado. Estos hallazgos sugieren que la mayoría de los empleados tienen formación técnica o secundaria, universitaria o de postgrado con una magnitud menor.

Tabla 6*Facilidad de uso de las herramientas de inteligencia empresarial*

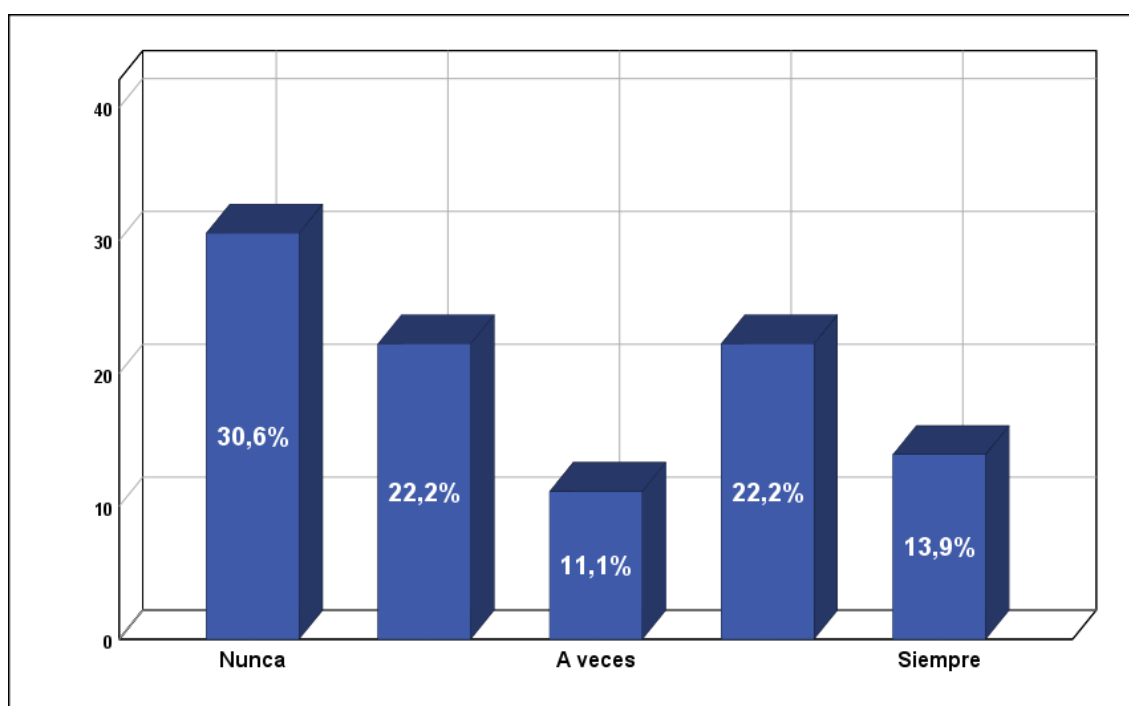
		Frec	%	% válido	% acum
Válido	Nunca	13	18,1	18,1	18,1
	Raramente	14	19,4	19,4	37,5
	A veces	16	22,2	22,2	59,7
	Frecuentemente	16	22,2	22,2	81,9
	Siempre	13	18,1	18,1	100,0
	Total	72	100,0	100,0	

Figura 6*Facilidad de uso de las herramientas de inteligencia empresarial*

El mayor porcentaje de trabajadores tiene herramientas de inteligencia empresarial fáciles de usar en sus áreas de trabajo, que representa el 44,4%. Mientras tanto, 22,2% de los trabajadores encuestados informa que las utiliza con frecuencia y otras 22,2% las utiliza a veces. Así, 18,1% de los encuestados dice que siempre las usa, 37,5% dice que las encuentra fáciles de usar solo raramente o nunca.

Tabla 7*Impacto de las herramientas de inteligencia empresarial en la eficiencia laboral*

		Frec	%	% válido	% acum
Válido	Nunca	22	30,6	30,6	30,6
	Raramente	16	22,2	22,2	52,8
	A veces	8	11,1	11,1	63,9
	Frecuentemente	16	22,2	22,2	86,1
	Siempre	10	13,9	13,9	100,0
	Total	72	100,0	100,0	

Figura 7*Impacto de las herramientas de inteligencia empresarial en la eficiencia laboral*

La mayoría de los trabajadores 52.8%, cree que las herramientas de inteligencia empresarial han aumentado su eficacia en solo ocasiones limitadas. El 30.6% afirma que nunca han sido percibidas como una mejora, mientras que el 22.2% las encuentra raramente útiles. Un 22.2% cree que las herramientas mencionadas siempre mejoran su trabajo, y un 13.9% las utiliza siempre con una buena reacción.

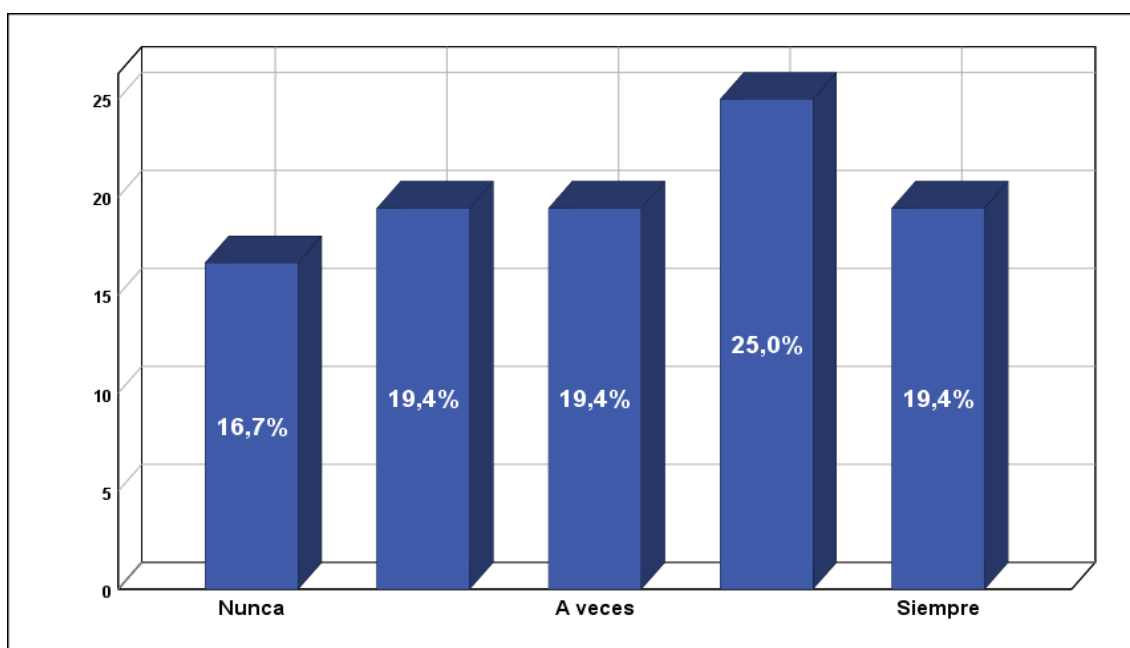
Tabla 8

Contribución de las herramientas de inteligencia empresarial a la optimización de los procesos de producción

		Frec	%	% válido	% acum
Válido	Nunca	12	16,7	16,7	16,7
	Raramente	14	19,4	19,4	36,1
	A veces	14	19,4	19,4	55,6
	Frecuentemente	18	25,0	25,0	80,6
	Siempre	14	19,4	19,4	100,0
	Total	72	100,0	100,0	

Figura 8

Contribución de las herramientas de inteligencia empresarial a la optimización de los procesos de producción



El 44,4% de los empleados siente que las herramientas de inteligencia empresarial a menudo contribuyen al 25% o muy a menudo al 19,4% la optimización de los procesos de producción. De otro lado, el 36,1 % reporta que la contribución es rara o nunca 19,4% o 16,7%, lo que representa una proporción específica de participantes. Al mismo tiempo, si bien una parte significativa del total ve el impacto positivo, la mayor proporción no siente una mejora.

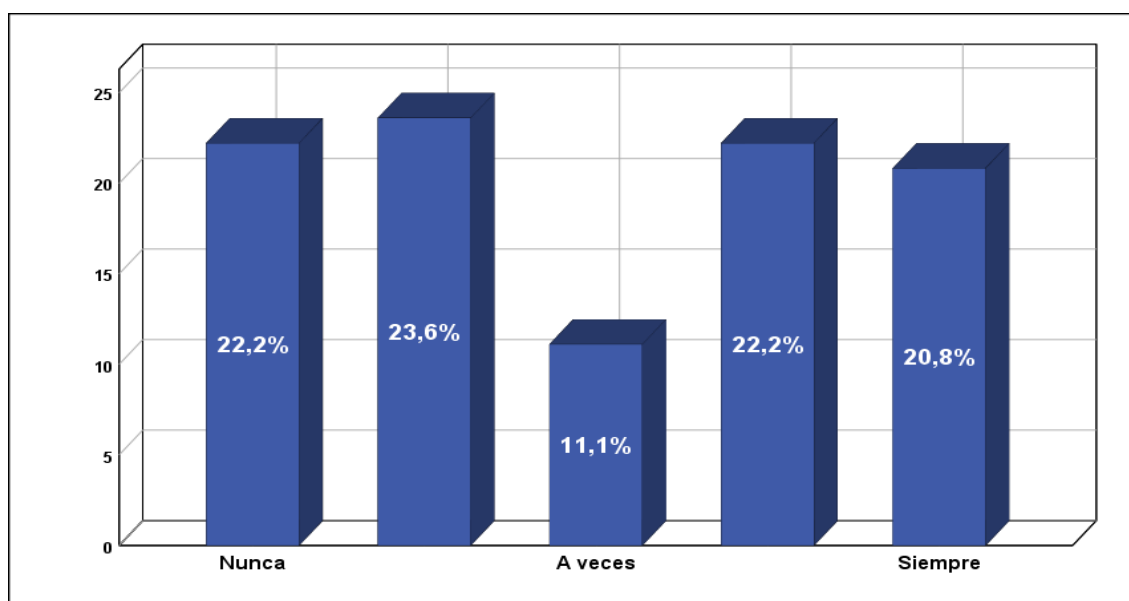
Tabla 9

Respaldo de las decisiones estratégicas por datos obtenidos mediante herramientas de inteligencia empresarial

		Frec	%	% válido	% acum
Válido	Nunca	16	22,2	22,2	22,2
	Raramente	17	23,6	23,6	45,8
	A veces	8	11,1	11,1	56,9
	Frecuentemente	16	22,2	22,2	79,2
	Siempre	15	20,8	20,8	100,0
	Total	72	100,0	100,0	

Figura 9

Respaldo de las decisiones estratégicas por datos obtenidos mediante herramientas de inteligencia empresarial



El 45,8% de los trabajadores piensa que los datos obtenidos con la ayuda de esas herramientas rara vez o nunca: este grupo incluye al 23,6% y al 22,2%, respectivamente. No obstante, el 43% cree que se respaldan los datos detrás de la adopción de decisiones estratégicas con bastante frecuencia o siempre: el 22,2% y el 20,8%. Entonces, si bien un segmento significativo de los empleados considera que respaldar los datos es común, un grupo aún mayor piensa no es una práctica común, o no es efectiva, en su empresa.

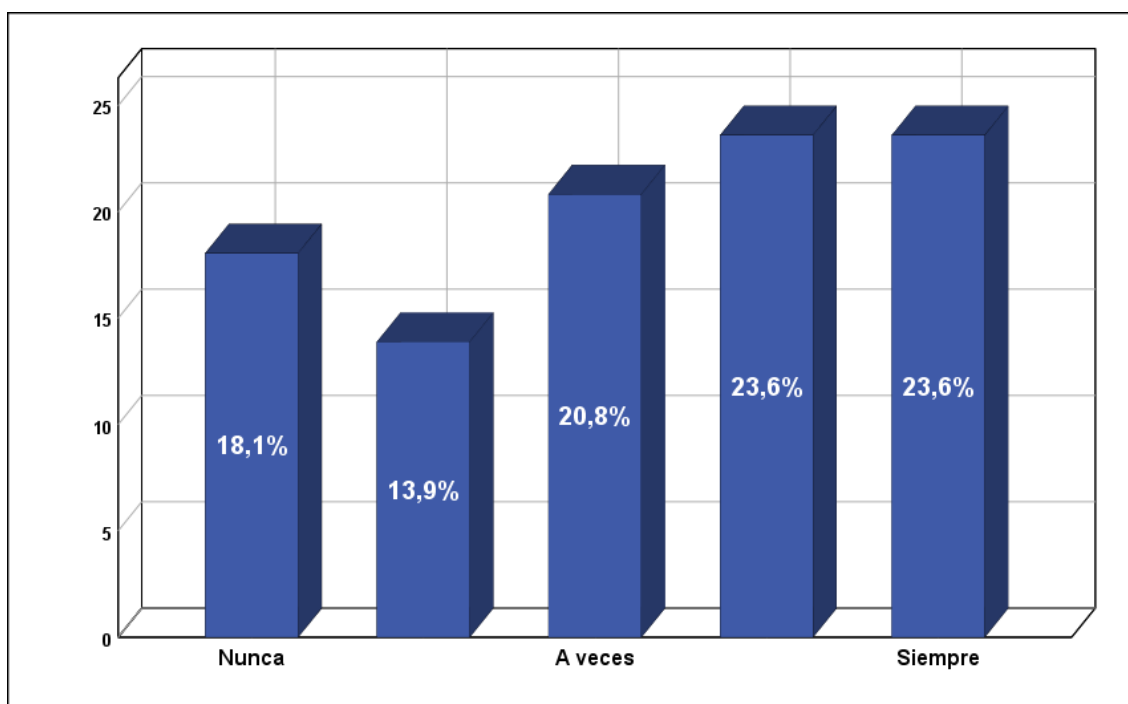
Tabla 10

Suficiencia de la capacitación en el uso de herramientas de inteligencia empresarial

		Frec	%	% válido	% acum
Válido	Nunca	13	18,1	18,1	18,1
	Raramente	10	13,9	13,9	31,9
	A veces	15	20,8	20,8	52,8
	Frecuentemente	17	23,6	23,6	76,4
	Siempre	17	23,6	23,6	100,0
	Total	72	100,0	100,0	

Figura 10

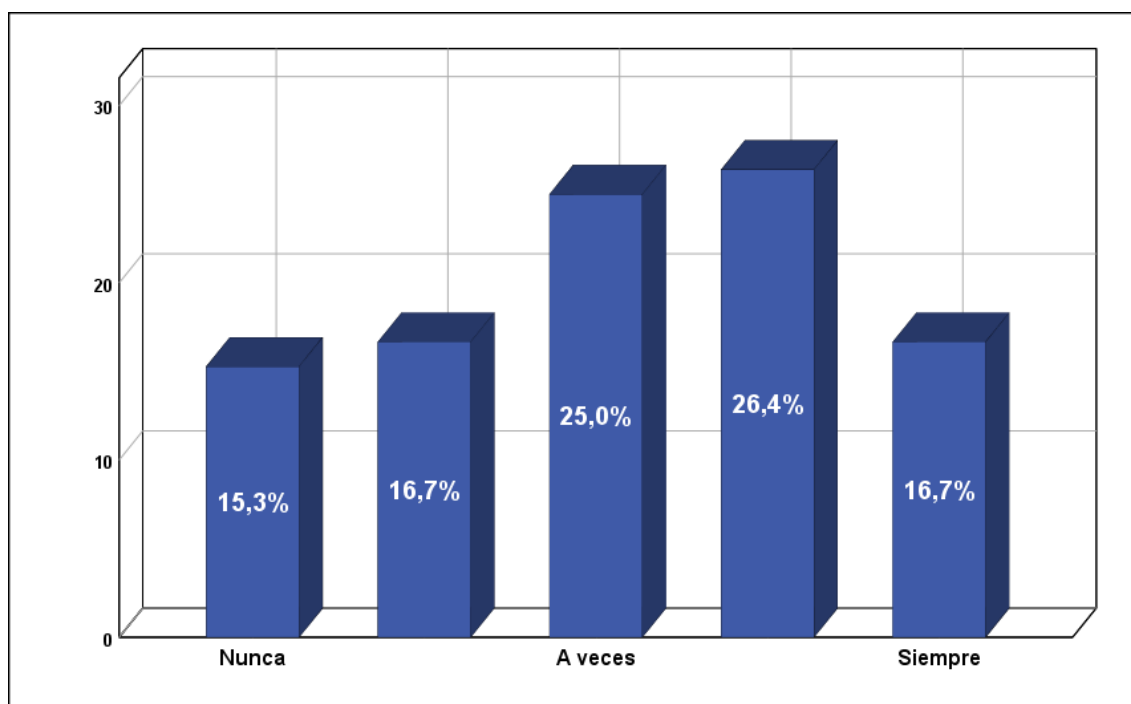
Suficiencia de la capacitación en el uso de herramientas de inteligencia empresarial



El 47,2% de los empleados cree que la capacitación ha sido suficiente, ya que a menudo ha sido el caso que frecuentemente el 23,6% de los encuestados nunca (18,1%) o a veces 13,9% ha sido el caso de que la capacitación ha sido insuficiente. Esto implica que a pesar de que la mayoría de los empleados sintieron que podían hacer frente a la situación, una parte considerable sintió que había deficiencias en la preparación adecuada.

Tabla 11*Facilitación de la toma de decisiones mediante herramientas de inteligencia empresarial*

		Frec	%	% válido	% acum
Válido	Nunca	11	15,3	15,3	15,3
	Raramente	12	16,7	16,7	31,9
	A veces	18	25,0	25,0	56,9
	Frecuentemente	19	26,4	26,4	83,3
	Siempre	12	16,7	16,7	100,0
	Total	72	100,0	100,0	

Figura 11*Facilitación de la toma de decisiones mediante herramientas de inteligencia empresarial*

El 43,1% de los encuestados cree que la implementación de la inteligencia empresarial ha facilitado la toma de decisiones, que es frecuente en el 26,4% de los casos y siempre en el 16,7%. Sin embargo, el 32% afirmó que solo algunas veces lo es, ocurriente el 25% de ellos y es raro en el 16,7%; mientras que el 15,3% piensa que de ninguna manera lo fue en absoluto. Por lo tanto, aunque hay una percepción general de la mejora, otras personas no experimentan ninguna facilitación importante.

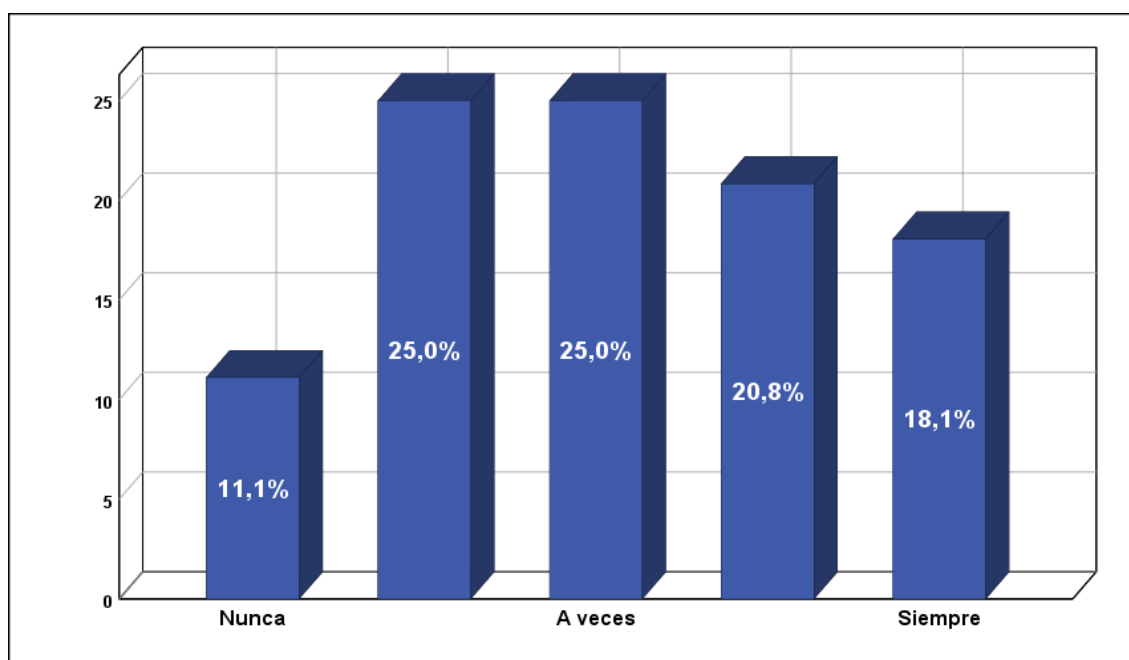
Tabla 12

Seguimiento para garantizar el uso correcto de las herramientas de inteligencia empresarial

		Frec	%	% válido	% acum
Válido	Nunca	8	11,1	11,1	11,1
	Raramente	18	25,0	25,0	36,1
	A veces	18	25,0	25,0	61,1
	Frecuentemente	15	20,8	20,8	81,9
	Siempre	13	18,1	18,1	100,0
	Total	72	100,0	100,0	

Figura 12

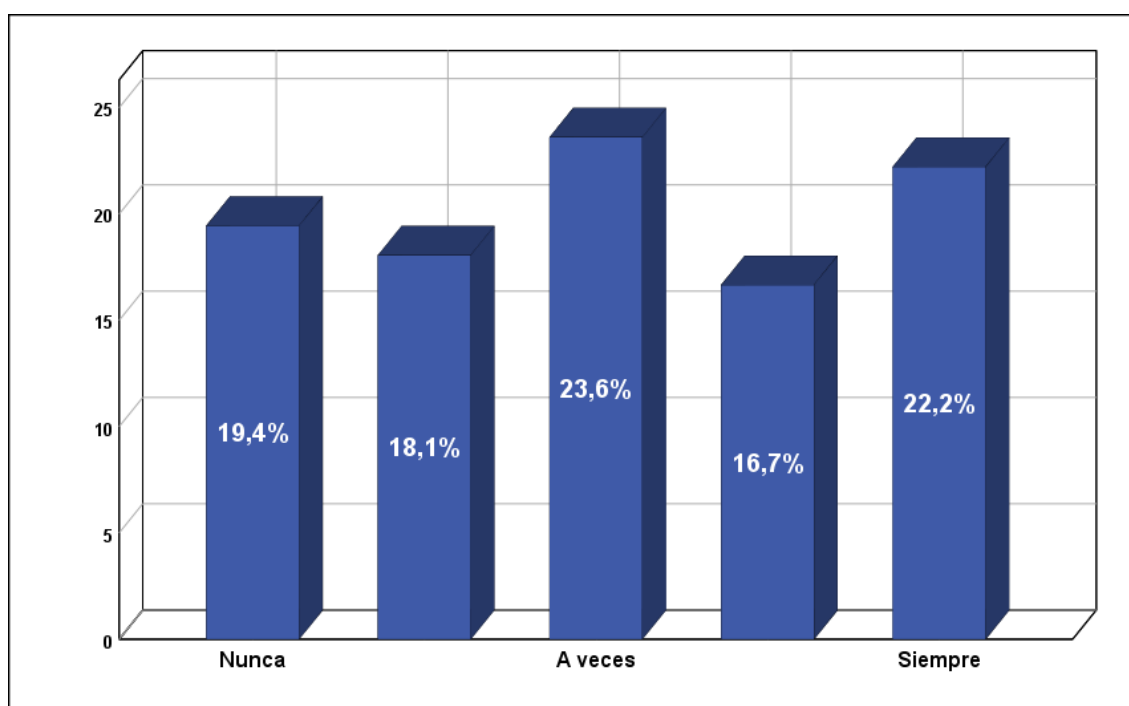
Seguimiento para garantizar el uso correcto de las herramientas de inteligencia empresarial



En cuanto al personal, el 43,9% de los trabajadores cree que monitorea con frecuencia; 20,8 % siempre y 18,1 % cree que a veces. Por otro lado, el 50,5 % dice que el seguimiento no es satisfactorio; el 25 % lo hace a veces y el 25 % rara vez haga, mientras que el 11.1 % menciona a nunca. En resumen, algunos empleados creen que se está siguiendo un buen sistema, pero la mayoría piensa que no es suficiente.

Tabla 13*Apoyo técnico para problemas con herramientas de inteligencia empresarial*

		Frec	%	% válido	% acum
Válido	Nunca	14	19,4	19,4	19,4
	Raramente	13	18,1	18,1	37,5
	A veces	17	23,6	23,6	61,1
	Frecuentemente	12	16,7	16,7	77,8
	Siempre	16	22,2	22,2	100,0
	Total	72	100,0	100,0	

Figura 13*Apoyo técnico para problemas con herramientas de inteligencia empresarial*

En cuanto a la frecuencia con la que la empresa brinda apoyo técnico cuando surgen problemas con las herramientas de inteligencia empresarial, el 38,9% de los trabajadores cree que siempre, o con frecuencia, reciben apoyo. Al mismo tiempo, el 41,1% entrevistado opina que el apoyo es limitado, a veces, en el 23,6% de los casos, o rara vez, en el 18,1%. Solo el 19,4% de los entrevistados sostiene que nunca recibe apoyo técnico. Por lo tanto, incluso si algunos empleados tienen garantizado el apoyo técnico, para una parte significativa de ellos, no es suficiente.

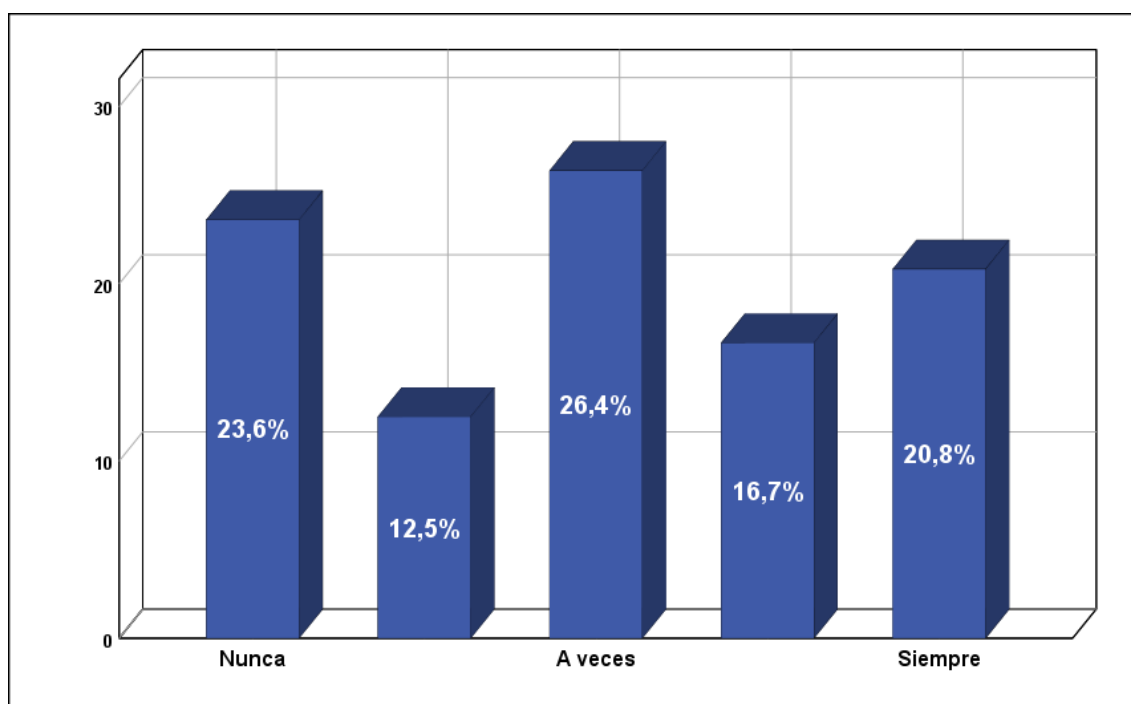
Tabla 14

Confiabilidad y precisión de los datos generados por herramientas de inteligencia empresarial

		Frec	%	% válido	% acum
Válido	Nunca	17	23,6	23,6	23,6
	Raramente	9	12,5	12,5	36,1
	A veces	19	26,4	26,4	62,5
	Frecuentemente	12	16,7	16,7	79,2
	Siempre	15	20,8	20,8	100,0
	Total	72	100,0	100,0	

Figura 14

Confiabilidad y precisión de los datos generados por herramientas de inteligencia empresarial



El 43,5% afirma que los datos obtenidos con la ayuda de tecnologías de inteligencia empresarial son fiables y exactos, ya que obtienen esta impresión siempre 20,8% o frecuentemente 16,7%. Sin embargo, el 36,1% argumenta que estos datos son fiables solo a veces 26,4% o rara vez 12,5%, mientras que el 23,6% cree que nunca es así.

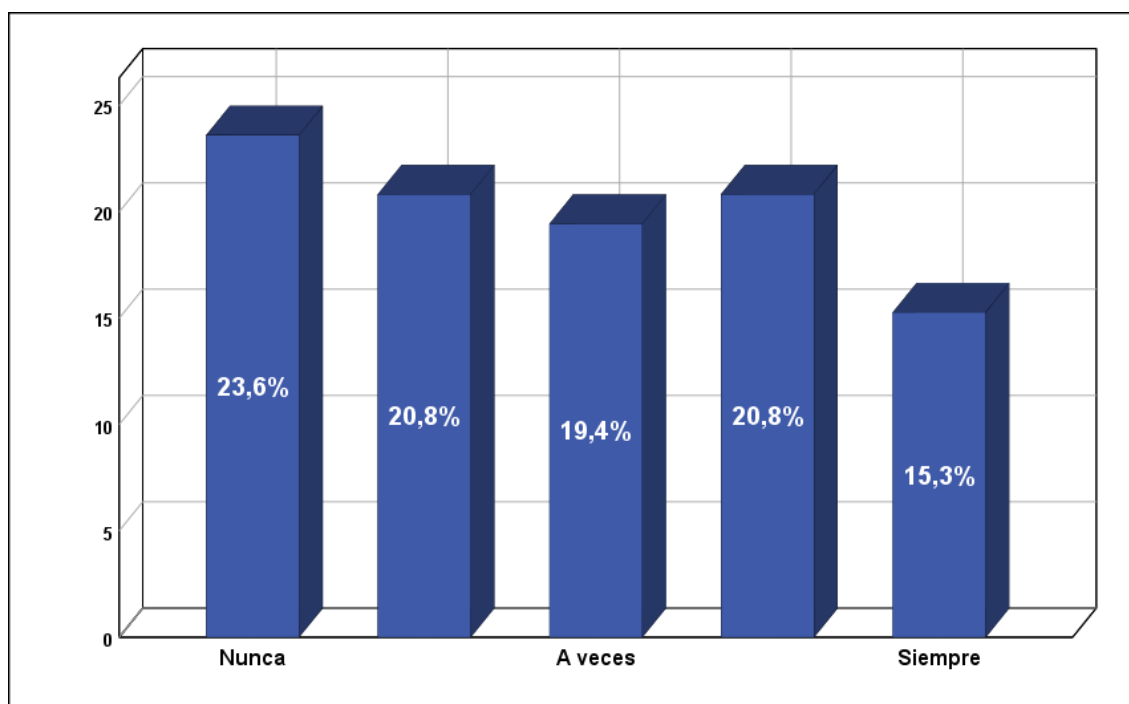
Tabla 15

Importancia de las herramientas de inteligencia empresarial para los objetivos estratégicos

		Frec	%	% válido	% acum
Válido	Nunca	17	23,6	23,6	23,6
	Raramente	15	20,8	20,8	44,4
	A veces	14	19,4	19,4	63,9
	Frecuentemente	15	20,8	20,8	84,7
	Siempre	11	15,3	15,3	100,0
	Total	72	100,0	100,0	

Figura 15

Importancia de las herramientas de inteligencia empresarial para los objetivos estratégicos



En cuanto al porcentaje de trabajadores para quienes las herramientas de IE son esenciales para lograr los objetivos estratégicos, el 36,1% de los encuestados considera que siempre son (20,8%) o rara vez son (15,3%). Pero, el 44,4% piensa que a veces son (19,4%) o siempre son (20,8%) necesarias o no, el 23,6% piensa que nunca son indispensables.

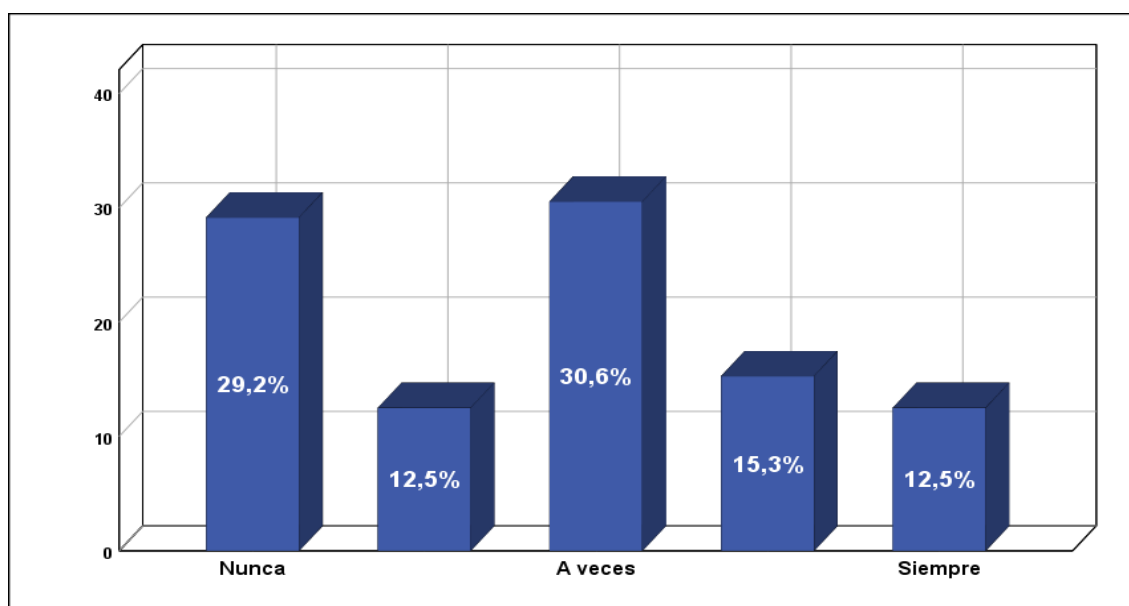
Tabla 16

Fomento de la capacitación continua en el uso de herramientas de inteligencia empresarial

		Frec	%	% válido	% acum
Válido	Nunca	21	29,2	29,2	29,2
	Raramente	9	12,5	12,5	41,7
	A veces	22	30,6	30,6	72,2
	Frecuentemente	11	15,3	15,3	87,5
	Siempre	9	12,5	12,5	100,0
	Total	72	100,0	100,0	

Figura 16

Fomento de la capacitación continua en el uso de herramientas de inteligencia empresarial



El 42,8% de los encuestados afirma que la empresa fomenta la capacitación continua en el uso de herramientas de inteligencia empresarial, con cierta frecuencia 15,3% y siempre 12,5%. Aun así, un 41,7% considera que el fomento es escaso, ya que a veces (30,6%) o raras veces (12,5%) y el 29,2% cree que nunca fomenta. Dado este escenario, aunque algunos trabajadores notan esfuerzos de la empresa, una parte significativa siente que no hay un fomento adecuado de la capacitación continua.

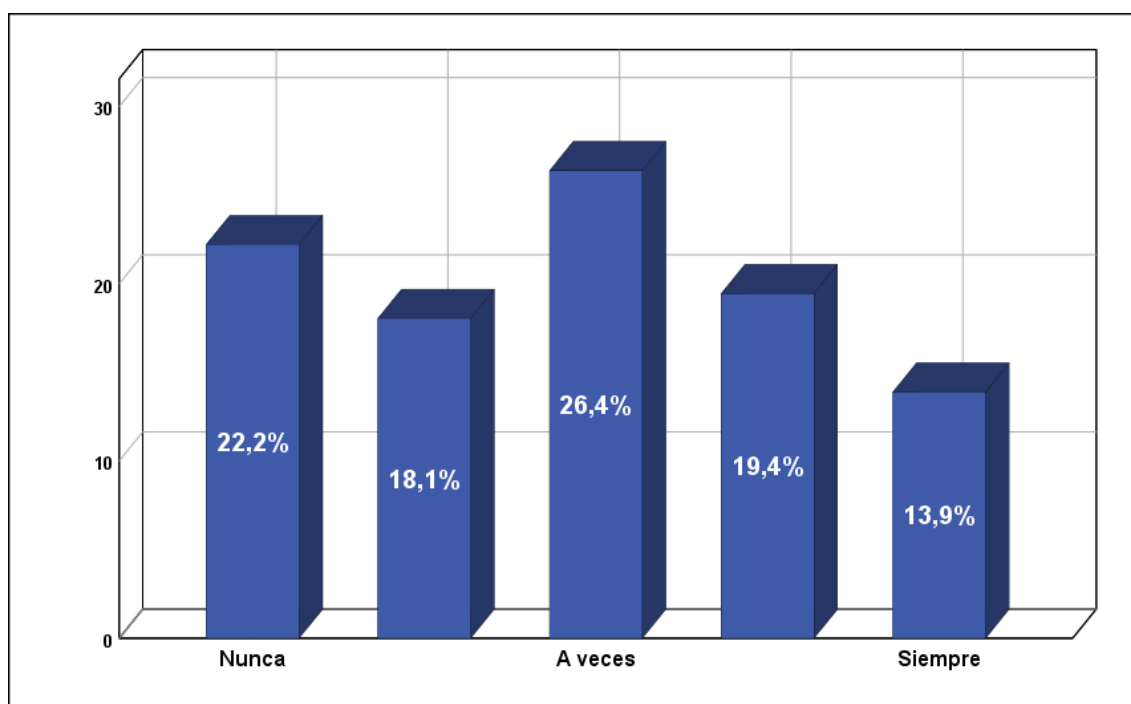
Tabla 17

Comprensión de la importancia de las herramientas de inteligencia empresarial para la toma de decisiones estratégicas

		Frec	%	% válido	% acum
Válido	Nunca	16	22,2	22,2	22,2
	Raramente	13	18,1	18,1	40,3
	A veces	19	26,4	26,4	66,7
	Frecuentemente	14	19,4	19,4	86,1
	Siempre	10	13,9	13,9	100,0
	Total	72	100,0	100,0	

Figura 17

Comprensión de la importancia de las herramientas de inteligencia empresarial para la toma de decisiones estratégicas



El 39,4% de los empleados cree que el personal entiende la importancia de las herramientas de inteligencia empresarial para tomar decisiones estratégicas ya sea a menudo 19,4% o todo el tiempo 13,9%, queda claro que para el 40,3% no es así ya que a veces 26,4% o raramente 18,1% lo entienden, y aproximadamente el 22,2% considera que nunca comprenden qué tan críticas podrían ser.

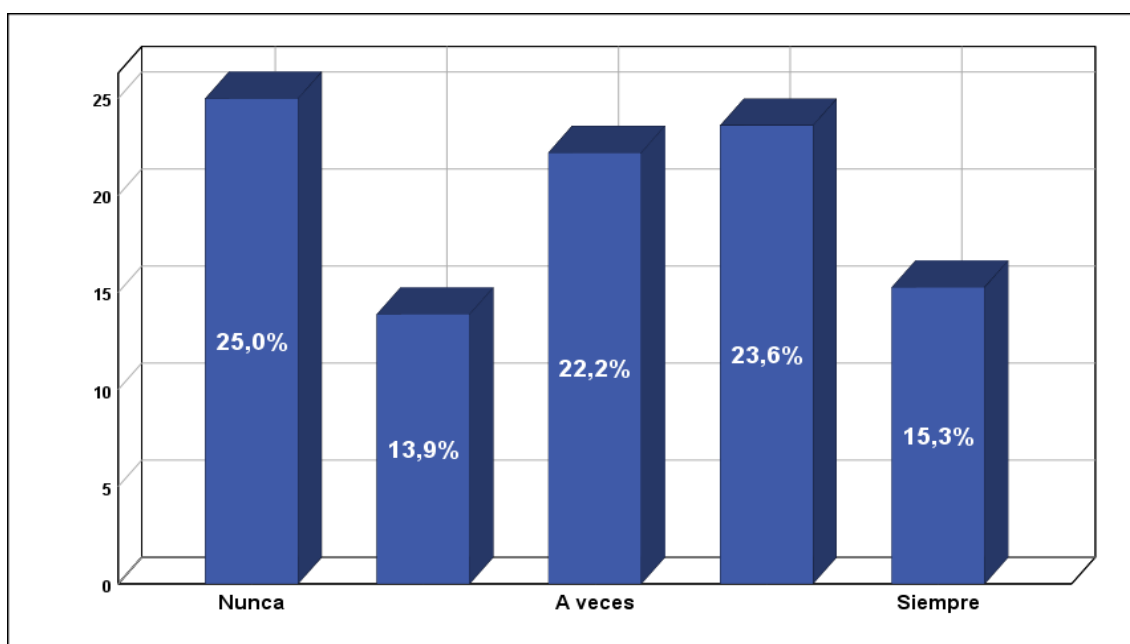
Tabla 18

Mejora de la calidad del servicio al cliente mediante el uso de herramientas de inteligencia empresarial

		Frec	%	% válido	% acum
Válido	Nunca	18	25,0	25,0	25,0
	Raramente	10	13,9	13,9	38,9
	A veces	16	22,2	22,2	61,1
	Frecuentemente	17	23,6	23,6	84,7
	Siempre	11	15,3	15,3	100,0
	Total	72	100,0	100,0	

Figura 18

Mejora de la calidad del servicio al cliente mediante el uso de herramientas de inteligencia empresarial



El 38,9% de los trabajadores cree que el uso de soluciones de IE ha permitido implementar la calidad del servicio al cliente a menudo. Una cantidad aún mayor afirmó que la calidad del servicio al cliente ha mejorado solo a veces o nunca. En otras palabras, mientras que algunos trabajadores experimentaron una mejora, una parte significativa no percibió un cambio positivo en la calidad del servicio al cliente.

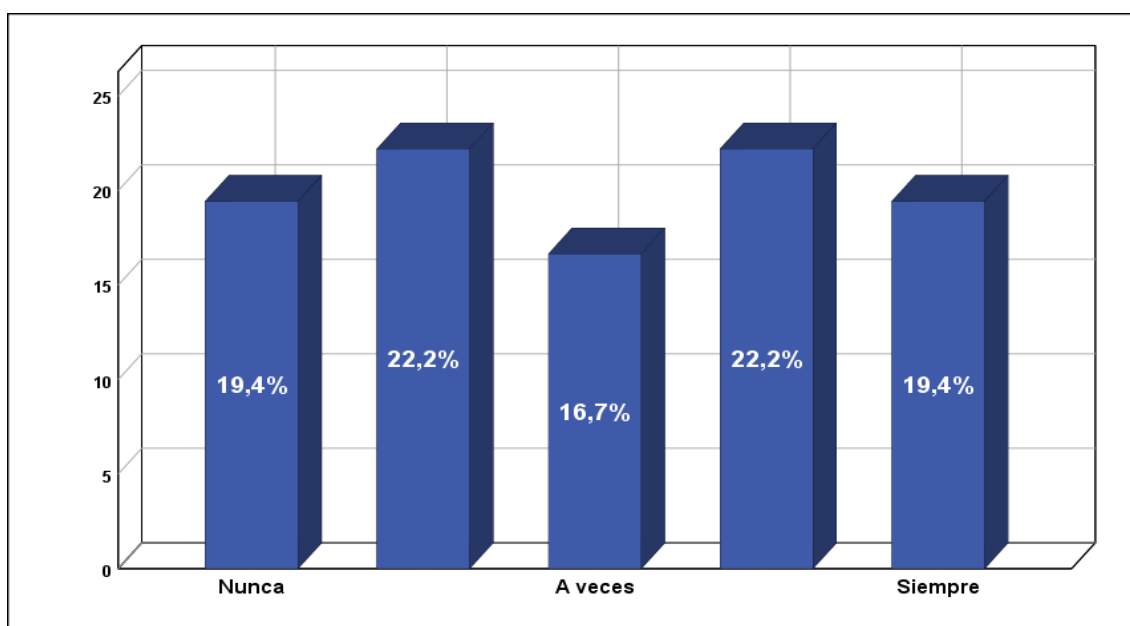
Tabla 19

Efectividad de las decisiones estratégicas basadas en datos frente a las basadas en la experiencia personal

		Frec	%	% válido	% acum
Válido	Nunca	14	19,4	19,4	19,4
	Raramente	16	22,2	22,2	41,7
	A veces	12	16,7	16,7	58,3
	Frecuentemente	16	22,2	22,2	80,6
	Siempre	14	19,4	19,4	100,0
	Total	72	100,0	100,0	

Figura 19

Efectividad de las decisiones estratégicas basadas en datos frente a las basadas en la experiencia personal



Debe tenerse en cuenta que el 41,6% considera que las decisiones estratégicas basadas en datos son más efectivas que las basadas en la experiencia personal, ya sea frecuentemente 22,2% o siempre 19,4%. Sin embargo, el 41,7% considera que la efectividad de las decisiones basadas en datos es limitada, ya que es solo a veces 16,7% o raramente 22,2%, mientras que el 19,4% considera que nunca son más eficaces.

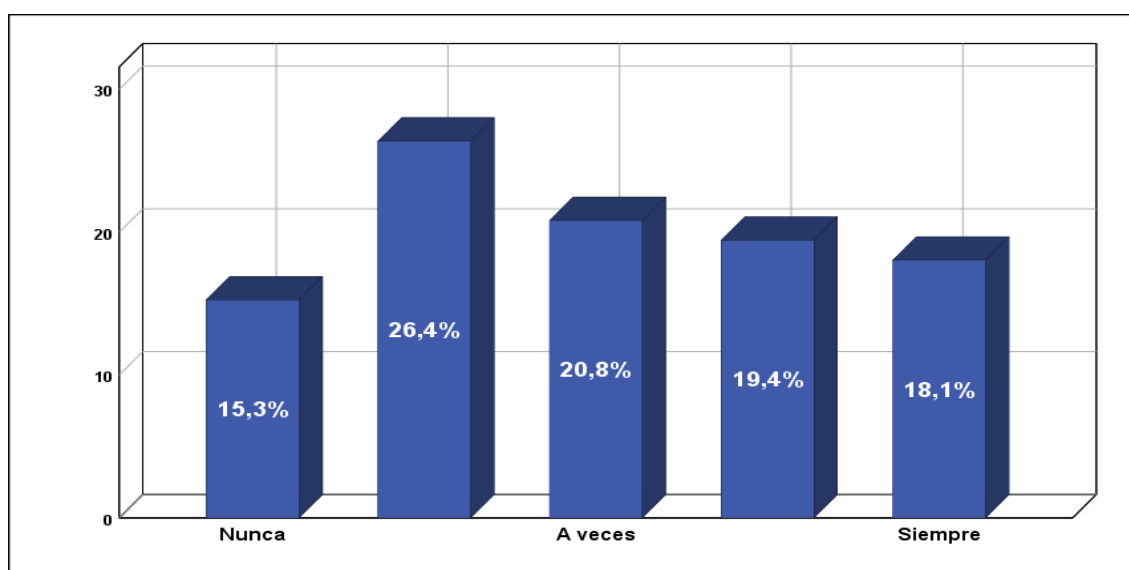
Tabla 20

Adecuación y funcionalidad de la integración de herramientas de inteligencia empresarial con otros sistemas de la empresa

		Frec	%	% válido	% acum
Válido	Nunca	11	15,3	15,3	15,3
	Raramente	19	26,4	26,4	41,7
	A veces	15	20,8	20,8	62,5
	Frecuentemente	14	19,4	19,4	81,9
	Siempre	13	18,1	18,1	100,0
	Total	72	100,0	100,0	

Figura 20

Adecuación y funcionalidad de la integración de herramientas de inteligencia empresarial con otros sistemas de la empresa



El 37,5% de los encuestados cree que la integración de las herramientas de inteligencia empresarial con otros sistemas de la empresa es adecuada y funcional. Más precisamente, el 19,4% de los trabajadores la ve muy prácticamente y el 18,1% siempre la consideran adecuada. Sin embargo, un 41,7% piensa que la integración todavía es limitada, lo que significa que sólo a veces 20,8% y raramente 26,4% reportan que es adecuada. Solo el 15,3% de los encuestados informa que esta integración nunca es adecuada.

4.2. Diseminación de los hallazgos

En base a los resultados de la encuesta realizada a los empleados de la empresa Gramis, se pueden apreciar varias tendencias que parecen ser relevantes y que pueden estar vinculadas al marco teórico y las hipótesis propuestas.

Lo primero es la facilidad de uso de las herramientas de inteligencia empresarial, con la mitad de los empleados afirmando que son fáciles de usar por parte de ellos un poco más de la mitad de veces. En concreto, el 40% de los empleados afirmó que las herramientas de inteligencia empresarial son fáciles de usar algunas o la mayoría de las veces. Esto sugiere que, aunque algunos empleados básicamente las entienden y las utilizan sin problemas, otros, sin duda, se enfrentan a algunas dificultades. En el contexto de la hipótesis de que su adopción depende, en parte, de la familiaridad y el entrenamiento del personal, este hallazgo parece ser central en términos de la mejora de la eficiencia laboral. Los resultados se alinean bien con la literatura en el sentido de que la capacitación es esencial para la efectiva aplicación de la tecnología empresarial.

Lo siguiente es que las herramientas de inteligencia empresarial siempre mejoran la eficiencia. Cabe destacar que el 52,8% de los trabajadores afirma que ha mejorado la eficiencia de su desempeño laboral. Aquí, la encuesta corrobora la hipótesis de que el uso de inteligencia empresarial contribuye de manera positiva en la optimización de los procesos en la empresa. Como se indica en los estudios anteriores, una implementación exitosa y el uso correcto de estas herramientas permite

acelerar los procesos operativos. En este contexto, parece que los trabajadores también están de acuerdo con esta afirmación.

Procesos de producción: un 44,4% de los empleados indicaron que las herramientas de inteligencia empresarial a menudo o siempre contribuyen a la optimización de los procesos de producción, aunque también existe una proporción considerable que las usa rara vez o algunas veces. Este resultado podría indicar que, si bien dicho impacto es de naturaleza positiva, su alcance no es total, posiblemente debido a la insuficiencia de la capacitación o la escasa integración de las herramientas de producción con las herramientas tecnológicas. La literatura existente sugiere que la integración efectiva de las herramientas de inteligencia empresarial es uno de los factores clave para maximizar el impacto de las herramientas en la eficiencia de los procesos de producción.

Entrenamiento y uso de las herramientas: un dato relevante es que un 42,7% de los trabajadores considera que sobre las herramientas de inteligencia empresarial suelen ser siempre o frecuentemente entrenados. Dicho resultado coincide con la hipótesis establecida, donde la formación adecuada en la aplicación de dichas herramientas es relevante para mejorar la calidad de las decisiones estratégicas. Sin embargo, un 32,0% de los empleados argumentan que frecuentemente la misma ha sido insuficiente o que apenas ha sido adecuado como formación ocasional. Es por eso que, en general, este factor es importante para mejorar la calidad de las decisiones, ya que su aplicación aumenta su efectividad.

Seguimiento y apoyo técnico: con respecto al seguimiento y apoyo técnico, los resultados muestran una percepción diversa. El 41,7% de los

empleados cree que el seguimiento es adecuado solo algunas veces o rara vez, lo que indica que la empresa no está cumpliendo en esta área. La importancia de un soporte post-implementación adecuado ha sido destacada por autores como Chen.

Lo esencial es que, para que las herramientas tecnológicas sean efectivas a largo plazo, es necesario contar con un buen sistema de soporte técnico y monitoreo. En suma, los resultados se alinean con las hipótesis planteadas al inicio de la investigación. No obstante, también muestran que hay áreas que deben ser fortalecidas, incluyendo la capacitación continua y la integración. La implementación exitosa de cualquier herramienta de inteligencia empresarial no solo implica su adopción, sino también factores como la capacitación, el soporte post-implementación y su integración en los procesos estratégicos. Varios estudios en IE han hecho hincapié en este punto.

CONCLUSIONES

Primera: Los resultados que se obtuvieron permiten respaldar la hipótesis general de que el uso de herramientas de inteligencia empresarial tiene un efecto positivo y significativo en la toma de decisiones estratégicas en la empresa Gramis. La mayoría de los empleados encuestados confirman que las herramientas tecnológicas, de hecho, facilitan el análisis de datos, ya que también mejoran la precisión y la rapidez en la toma de decisiones. Estos datos se correlacionan con varias investigaciones anteriores que han demostrado la importancia crítica de las herramientas de inteligencia empresarial para la toma de decisiones informadas, que, a su vez, se correlaciona con el éxito estratégico y operativo de las organizaciones.

Segunda: Un alto porcentaje de empleados cree que las herramientas de inteligencia empresarial ayudan a optimizar los procesos de producción y distribución de alimentos con mucha frecuencia o siempre. No obstante, en ambos casos, algunos empleados opinan que las herramientas no afectan tanto estos procesos. Por lo tanto, podría suponerse que todavía quedan áreas donde la introducción de herramientas no está tan integrada y explotada. Por lo tanto, tiene que ser evaluado de manera más detallada para verificar que los procesos subyacentes se optimicen completamente.

Tercera: Los resultados demuestran que la capacitación adecuada en herramientas de inteligencia empresarial es directamente proporcional a la efectividad de la toma de decisiones. A pesar de que los resultados generales son favorables, la percepción de los empleados de que la capacitación ha sido inadecuada o poco frecuente sugiere que todavía existe la oportunidad de mejorar.

Por lo tanto, la empresa debería centrarse tanto en la necesidad de ofrecer más capacitación y reciclaje continuo con el fin de maximizar la eficacia del impacto en la toma de decisiones.

Cuarta: Los resultados de la encuesta indican que los factores tanto internos – infraestructura tecnológica, cultura organizacional y apoyo de la alta dirección -, cuanto externos -condiciones del mercado y de la competitividad -, juegan un rol decisivo en la adopción, y en el uso efectivo, de las herramientas de IE. Siempre según los datos recopilados en la encuesta, cuando un conjunto de estos factores es favorable, las herramientas de IE son mucho más efectivas en la toma de decisiones estratégicas. Sin embargo, la falta de un adecuado seguimiento de algunos aspectos internos y los desafíos a ser superados en relación a aspectos externos, seguirían, por lo tanto, limitando el pleno aprovechamiento de esas herramientas.

RECOMENDACIONES

Primera: Dado que el uso de herramientas de inteligencia empresarial ha demostrado tener un impacto positivo en la toma de decisiones estratégicas, se recomienda que la empresa Gramis continúe mejorando su uso y alcance. Para lograrlo, será necesario no solo mantener las herramientas mencionadas anteriormente, sino también actualizarlas y mejorarlas, teniendo en cuenta las últimas innovaciones en inteligencia empresarial implementadas a lo largo de la industria. Además, será adecuado crear una cultura organizacional que fomente el uso de datos y análisis en la toma de decisiones, lo que implica asegurarse de que todos los niveles de la organización estén involucrados en este progreso.

Segunda: A pesar de que el uso de IE ha ayudado a optimizar los procesos de producción y distribución de alimentos, se desea diagnosticar con más detalle los aspectos en los que no se ha producido el efecto esperado. Se sugiere realizar auditorías internas de forma periódica para evaluar el impacto de las herramientas en todas las áreas operativas. Asimismo, sería interesante considerar la implementación de mejoras tecnológicas o nuevas aplicaciones de inteligencia empresarial para áreas específicas que pudieran no estar sacando todo el provecho a este recurso.

Tercera: Dado que la capacitación del personal lleva asociado un impacto positivo en torno a la toma de decisiones con el desarrollo del uso adecuado de las herramientas de inteligencia empresarial, considero de recomendación que Gramis desarrolle un plan de formación continua y personalizada. Por un lado, deberá contar con la formación inicial de todos los empleados nuevos que se incorporan a la plantilla. Por otro lado, también será conveniente desarrollar cursos para aquellos

trabajadores que, aun siendo antiguos en la empresa, se desconocen con el nivel de uso de las herramientas. Por otro lado, también es conveniente fomentar la formación práctica, desarrollando ejercicios y casos prácticos que permitan trasladar la teoría a sucesos reales de la compañía.

Cuarta: Tanto los factores internos como externos desempeñan un papel importante en garantizar la adopción y el uso exitoso de las herramientas de inteligencia empresarial. En este sentido, se recomienda a Gramis que mejore su infraestructura tecnológica e incremente el apoyo de la alta dirección para garantizar su uso adecuado. Internamente, es importante proporcionar a los equipos de trabajo las herramientas necesarias, así como un ambiente que faciliten la adscripción a este tipo de tecnología innovadora. Por otro lado, externamente, la empresa también debe estar alerta a las tendencias del mercado y a las demandas de la industria alimentaria para adaptar la inteligencia empresarial a los desafíos de un entorno de trabajo competitivo y a las oportunidades que puedan surgir.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguirre, L. (2019). La inteligencia empresarial y su impacto en la toma de decisiones organizacionales. Editorial Empresarial.
- Alvarado, J. (2021). Estrategias de inteligencia empresarial en el sector de la salud. *Journal of Business Intelligence*, 18(3), 45-56.
- Andrade, P. & López, M. (2022). La importancia de la capacitación en la toma de decisiones empresariales. *Revista de Gestión y Tecnología*, 34(2), 78-89.
- Arévalo, J. (2020). Implementación de herramientas de inteligencia empresarial en empresas manufactureras: un estudio de caso. Tesis de maestría, Universidad de Arequipa.
- García, F. (2018). El uso de herramientas de inteligencia empresarial en la toma de decisiones estratégicas. *Journal of Strategic Management*, 12(1), 10-25.
- López, R. & Sánchez, V. (2017). Optimización de procesos mediante inteligencia empresarial en empresas alimentarias. Editorial Universitaria.
- Pérez, D. (2019). El impacto de las herramientas de inteligencia empresarial en la toma de decisiones estratégicas en empresas del sector salud. Tesis doctoral, Universidad Nacional de Lima.
- Pérez, A. (2022). La influencia de la atención al cliente en la experiencia de compra en empresas de tecnología en Juliaca. Tesis de licenciatura, Universidad Nacional de Juliaca, Juliaca, Perú.
- Purohit, D., & Mitra, S. (2021). *Sales Management: A Comprehensive Approach*. Routledge.
- Smith, J. (2021). The impact of digital marketing on consumer purchase decisions in the consumer goods sector. *Journal of Digital Marketing*, 14(2), 77-89.

- Strong, E. K. (1925). *The psychology of selling and advertising*. McGraw-Hill Book Company.
- Taylor, L. (2023). Analyzing consumer behavior on digital platforms: The impact of personalized ads. *Journal of Marketing Research*, 15(1), 43-55.
- Vargas, M. (2021). *Impacto del marketing digital en el sector automotriz en Juliaca, Perú: Estudio de las estrategias digitales implementadas por Conauto*. Tesis de maestría, Universidad Nacional del Altiplano, Juliaca, Perú.
- Rodríguez, C. (2021). Capacitación y uso de herramientas de inteligencia empresarial en empresas medianas en el Perú. *Revista de Innovación Empresarial*, 29(4), 112-121.
- Silva, A. (2018). *Inteligencia empresarial y su relación con el desempeño organizacional*. Ediciones Técnicas.
- Torres, M. & Vargas, S. (2022). Análisis de la implementación de la inteligencia empresarial en la industria alimentaria. *Journal of Business and Food Industry*, 25(2), 62-74.

APÉNDICES

Apéndice 1. Matriz de consistencia

IMPACTO DE LAS HERRAMIENTAS DE INTELIGENCIA EMPRESARIAL EN LA TOMA DE DECISIONES ESTRATÉGICAS DE EMPRESA GRAMIS JULIACA 2024

Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables	Metodología
Problema general	Objetivo general	Hipótesis general		
¿Cómo influye el uso de las herramientas de inteligencia empresarial en la toma de decisiones estratégicas de la empresa Gramis en Juliaca durante el año 2024?	Analizar cómo el uso de las herramientas de inteligencia empresarial influye en la toma de decisiones estratégicas de la empresa Gramis en Juliaca durante el año 2024.	El uso de herramientas de inteligencia empresarial influye significativamente en la toma de decisiones estratégicas de la empresa Gramis en Juliaca durante el año 2024.		Tipo de estudio: Aplicado
Problema específico n° 1	Objetivo específico n° 1	Hipótesis específica n° 1		
¿Cómo impactan las herramientas de inteligencia empresarial en la optimización de los procesos de producción y distribución de alimentos en la empresa Gramis?	Evaluar el impacto de las herramientas de inteligencia empresarial en la optimización de los procesos de producción y distribución de alimentos en la empresa Gramis.	El uso de herramientas de inteligencia empresarial mejora la optimización de los procesos de producción y distribución de alimentos en la empresa Gramis.	Herramientas de Inteligencia Empresarial (IE)	Diseño No experimental Transversal
Problema específico n° 2	Objetivo específico n° 2	Hipótesis específica n° 2		
¿En qué medida la capacitación del personal en el uso de herramientas de inteligencia empresarial impacta la efectividad de la toma de decisiones estratégicas en la empresa Gramis?	Determinar en qué medida la capacitación del personal en el uso de herramientas de inteligencia empresarial mejora la efectividad de la toma de decisiones estratégicas en la empresa Gramis.	La capacitación del personal en el uso de herramientas de inteligencia empresarial incrementa la efectividad en la toma de decisiones estratégicas de la empresa Gramis.		Nivel: Correlacional
Problema específico n° 3	Objetivo específico n° 3	Hipótesis específica n° 3		
¿Qué factores internos y externos influyen en la adopción y uso efectivo de las herramientas de inteligencia empresarial para la toma de decisiones estratégicas en la empresa Gramis?	Identificar los factores internos y externos que influyen en la adopción y uso efectivo de las herramientas de inteligencia empresarial para la toma de decisiones estratégicas en la empresa Gramis.	Los factores internos y externos determinan la adopción y el uso efectivo de las herramientas de inteligencia empresarial para la toma de decisiones estratégicas en la empresa Gramis.	Toma de decisiones estratégicas	Población: 72 Muestra: 72 Técnica: Encuesta Instrumento: Cuestionario

Apéndice 2 Instrumentos

CUESTIONARIO DE INVESTIGACIÓN

Instrucciones:

Este cuestionario tiene como objetivo recopilar información para el estudio sobre el impacto de las herramientas de inteligencia empresarial en la toma de decisiones estratégicas en la empresa Gramis. Las preguntas están divididas en dos secciones: datos demográficos y preguntas específicas en escala Likert. Por favor, responda todas las preguntas con sinceridad.

Sección 1: Datos Demográficos

1. **Edad:**
 - Menos de 25 años
 - Entre 25 y 35 años
 - Entre 36 y 45 años
 - Más de 45 años
2. **Género:**
 - Masculino
 - Femenino
3. **Área de trabajo:**
 - Producción
 - Distribución
 - Administración
 - Otra (especificar): _____
4. **Antigüedad en la empresa:**
 - Menos de 1 año
 - Entre 1 y 3 años
 - Entre 4 y 6 años
 - Más de 6 años
5. **Nivel educativo alcanzado:**
 - Secundaria completa
 - Técnico
 - Universitario
 - Postgrado

Sección 2: Preguntas en Escala de Likert

Instrucciones: Marque su nivel de acuerdo con cada afirmación en la siguiente escala:

1 = Nunca

2 = Raramente

3 = A veces

4 = Frecuentemente

5 = Siempre

1. Las herramientas de inteligencia empresarial utilizadas en mi área de trabajo son fáciles de usar.
2. Las herramientas de inteligencia empresarial han mejorado la eficiencia en mi desempeño laboral.
3. El uso de herramientas de inteligencia empresarial contribuye a la optimización de los procesos de producción en la empresa.
4. Las decisiones estratégicas en la empresa son respaldadas por datos obtenidos mediante herramientas de inteligencia empresarial.
5. La capacitación en el uso de herramientas de inteligencia empresarial ha sido suficiente para realizar mis tareas.
6. La implementación de herramientas de inteligencia empresarial ha facilitado la toma de decisiones en mi área de trabajo.
7. Existe un seguimiento adecuado para garantizar el uso correcto de las herramientas de inteligencia empresarial.
8. La empresa brinda apoyo técnico cuando surgen problemas con las herramientas de inteligencia empresarial.
9. Los datos generados por las herramientas de inteligencia empresarial son confiables y precisos.
10. Considero que las herramientas de inteligencia empresarial son indispensables para el logro de los objetivos estratégicos de la empresa.
11. La empresa fomenta la capacitación continua en el uso de herramientas de inteligencia empresarial.
12. El personal de la empresa comprende la importancia del uso de herramientas de inteligencia empresarial para la toma de decisiones estratégicas.
13. El uso de herramientas de inteligencia empresarial ha mejorado la calidad del servicio al cliente.
14. Las decisiones estratégicas basadas en datos son más efectivas que las basadas en la experiencia personal.
15. La integración de herramientas de inteligencia empresarial con otros sistemas de la empresa es adecuada y funcional.

Agradecemos su tiempo y colaboración.

Apéndice 3 Validez de instrumentos



UNIVERSIDAD ANDINA NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ
FACULTAD DE INGENIERÍA DE SISTEMAS
ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA DE SISTEMAS



FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

JUICIO DE EXPERTOS

- I. TÍTULO DE MI TESIS: IMPACTO DE LAS HERRAMIENTAS DE INTELIGENCIA EMPRESARIAL EN LA TOMA DE DECISIONES ESTRATEGICAS DE EMPRESA GRAMIS JULIACA 2024
- II. REFERENCIAS:
- a. Experto/Nombres : KOISHIRO T. ARAPA CRUZ
- b. Especialidad : INGENIERO DE SISTEMAS
- c. Cargo Actual : DOCENTE DE UNAJ
- III. AUTOR DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN:
Bach. TARIRI COLIN ALMANZA QUISPE
- APECTOS DE VALIDACIÓN
(1 = Deficiente; 2 = Regular; 3 = Buena; 4 = Muy buena; 5 = Excelente)

INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE	REGULAR	BUENA	MUY BUENA	EXCELENTE
1. Claridad	Está redactado con lenguaje apropiado				X	
2. Objetividad	Está expresado en capacidades observables			X		
3. Actualidad	Está adecuado al avance de la ciencia					X
4. Organización	Existe una organización lógica de los ítems y las variables				X	
5. Suficiencia	Valora las dimensiones en cantidad y calidad suficientes					X
6. Intencionalidad	Está adecuada para cumplir los objetivos de la investigación				X	
7. Consistencia	Está basado en aspectos teóricos y científicos					X
8. Coherencia	Entre las dimensiones, indicadores e ítems				X	
9. Metodología	Responde al propósito de la investigación					X
10. Pertinencia	Es útil y adecuado para la investigación					X

Coefficiente de valoración porcentual. $C = \text{Total}/50$

IV. OBSERVACIONES Y RECOMENDACIONES

.....

V. RESOLUCIÓN DEL EXPERTO

Aprobado (C>75%=0.75)

Desaprobado (C<75%=0.75)

LUGAR Y FECHA: Juliaca, 13 de octubre del 2024



Koishiro T. Arapa Cruz
INGENIERO DE SISTEMAS
CIP. 321051



FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN
JUICIO DE EXPERTOS

- I. TÍTULO DE MI TESIS: IMPACTO DE LAS HERRAMIENTAS DE INTELIGENCIA EMPRESARIAL EN LA TOMA DE DECISIONES ESTRATEGICAS DE EMPRESA GRAMIS JULIACA 2024
- II. REFERENCIAS:
- a. Experto/Nombres : EDID GIOVANNA CANO MAMANI
 - b. Especialidad : INGENIERO DE SISTEMAS
 - c. Cargo Actual : DOCENTE DE UNSA
- III. AUTOR DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN:
Bach. TARIRI COLIN ALMANZA QUISPE
- IV. ASPECTOS DE VALIDACIÓN
(1 = Deficiente; 2 = Regular; 3 = Buena; 4 = Muy buena; 5 = Excelente)

INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE	REGULAR	BUENA	MUY BUENA	EXCELENTE
1. Claridad	Esta redactado con lenguaje apropiado					X
2. Objetividad	Esta expresado en capacidades observables					X
3. Actualidad	Esta adecuado al avance de la ciencia					X
4. Organización	Existe una organización lógica de los ítems y las variables				X	
5. Suficiencia	Valora las dimensiones en cantidad y calidad suficientes					X
6. Intencionalidad	Esta adecuada para cumplir los objetivos de la investigación			X		
7. Consistencia	Esta basado en aspectos técnicos y científicos					X
8. Coherencia	Entre las dimensiones, indicadores e ítems				X	
9. Metodología	Responde al propósito de la investigación					X
10. Pertinencia	Es útil y adecuado para la investigación				X	

Coefficiente de valoración porcentual. $C = \text{Total}/50$

- V. OBSERVACIONES Y RECOMENDACIONES
-

- VI. RESOLUCIÓN DEL EXPERTO

Aprobado (C>75%=0.75)

Desaprobado (C<75%=0.75)

LUGAR Y FECHA: Juliaca, 10 de setiembre del 2024

FIRMA DEL EXPERTO


Edid Giovanna Cano Mamani
ING. DE SISTEMAS
CIP. 65049

Apéndice 4 Tratamiento de los Datos

	Nombre	Tipo	Anchura	Decimales	Etiqueta	Valores
1	P1	Numérico	8	0	Edad	{1, Menos de 25 años...
2	P2	Numérico	8	0	Género	{1, Masculino}...
3	P3	Numérico	8	0	Área de trabajo	{1, Producción}...
4	P4	Numérico	8	0	Antigüedad en la empresa	{1, Menos de 1 año}...
5	P5	Numérico	8	0	Nivel educativo alcanzado	{1, Secundaria}...
6	P6	Numérico	8	0	Las herramientas de inteligencia empresarial utilizadas en mi área de trabajo son fáciles de usar.	{1, Nunca}...
7	P7	Numérico	8	0	Las herramientas de inteligencia empresarial han mejorado la eficiencia en mi desempeño laboral.	{1, Nunca}...
8	P8	Numérico	8	0	El uso de herramientas de inteligencia empresarial contribuye a la optimización de los procesos de producción en la empresa.	{1, Nunca}...
9	P9	Numérico	8	0	Las decisiones estratégicas en la empresa son respaldadas por datos obtenidos mediante herramientas de inteligencia empresarial.	{1, Nunca}...
10	P10	Numérico	8	0	La capacitación en el uso de herramientas de inteligencia empresarial ha sido suficiente para realizar mis tareas.	{1, Nunca}...
11	P11	Numérico	8	0	La implementación de herramientas de inteligencia empresarial ha facilitado la toma de decisiones en mi área de trabajo.	{1, Nunca}...
12	P12	Numérico	8	0	Existe un seguimiento adecuado para garantizar el uso correcto de las herramientas de inteligencia empresarial.	{1, Nunca}...
13	P13	Numérico	8	0	La empresa brinda apoyo técnico cuando surgen problemas con las herramientas de inteligencia empresarial.	{1, Nunca}...
14	P14	Numérico	8	0	Los datos generados por las herramientas de inteligencia empresarial son confiables y precisos.	{1, Nunca}...
15	P15	Numérico	8	0	Considero que las herramientas de inteligencia empresarial son indispensables para el logro de los objetivos estratégicos de la empresa.	{1, Nunca}...
16	P16	Numérico	8	0	La empresa fomenta la capacitación continua en el uso de herramientas de inteligencia empresarial.	{1, Nunca}...
17	P17	Numérico	8	0	El personal de la empresa comprende la importancia del uso de herramientas de inteligencia empresarial para la toma de decisiones estratégicas.	{1, Nunca}...
18	P18	Numérico	8	0	El uso de herramientas de inteligencia empresarial ha mejorado la calidad del servicio al cliente.	{1, Nunca}...
19	P19	Numérico	8	0	Las decisiones estratégicas basadas en datos son más efectivas que las basadas en la experiencia personal.	{1, Nunca}...
20	P20	Numérico	8	0	La integración de herramientas de inteligencia empresarial con otros sistemas de la empresa es adecuada y funcional.	{1, Nunca}...

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20
1	Men...	Fem...	Distr...	Men...	Sec...	Frecuen...	Nunca	Nunca	Nunca	Frecuen...	Nunca	Siempre	Rarame...	A veces	A veces	Nunca	Nunca	Nunca	A veces	Siempre
2	Entr...	Mas...	Otra	Entr...	Sec...	Nunca	Frecuen...	A veces	Frecuen...	Nunca	Rarame...	Frecuen...	Rarame...	Siempre	A veces	Rarame...	A veces	Frecuen...	Rarame...	Frecuen...
3	Màs ...	Fem...	Prod...	Entr...	Sec...	Siempre	Nunca	Rarame...	Nunca	A veces	Frecuen...	Siempre	Rarame...	Nunca	Nunca	Rarame...	Siempre	A veces	Siempre	Frecuen...
4	Màs ...	Mas...	Otra	Men...	Sec...	Rarame...	Rarame...	A veces	Nunca	Frecuen...	Siempre	Nunca	Rarame...	Frecuen...	Siempre	Nunca	A veces	Rarame...	Frecuen...	Frecuen...
5	Màs ...	Mas...	Prod...	Men...	Técn...	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Rarame...	A veces	Siempre	Nunca	A veces	A veces	Siempre	Nunca	A veces
6	Màs ...	Fem...	Otra	Entr...	Sec...	Siempre	Siempre	Frecuen...	Frecuen...	Nunca	A veces	Frecuen...	A veces	Siempre	Frecuen...	A veces	Nunca	Frecuen...	Frecuen...	Frecuen...
7	Màs ...	Mas...	Prod...	Men...	Sec...	Nunca	A veces	Siempre	Frecuen...	Nunca	A veces	Siempre	Siempre	Rarame...	A veces	Nunca	Frecuen...	Rarame...	Nunca	Nunca
8	Entr...	Mas...	Prod...	Entr...	Técn...	Frecuen...	A veces	Rarame...	Frecuen...	Siempre	Nunca	A veces	Siempre	Nunca	Frecuen...	Nunca	A veces	Rarame...	Nunca	A veces
9	Màs ...	Fem...	Prod...	Entr...	Sec...	Rarame...	Rarame...	Siempre	Frecuen...	Frecuen...	Rarame...	A veces	A veces	A veces	Nunca	Siempre	Rarame...	A veces	Frecuen...	Frecuen...
10	Entr...	Fem...	Otra	Entr...	Técn...	Frecuen...	Nunca	Rarame...	Siempre	Siempre	Rarame...	Frecuen...	Rarame...	Siempre	Nunca	A veces	Rarame...	Nunca	Siempre	Rarame...
11	Màs ...	Fem...	Otra	Entr...	Sec...	Nunca	Rarame...	Nunca	Rarame...	Rarame...	Frecuen...	Nunca	Rarame...	Siempre	Siempre	A veces	Nunca	Frecuen...	Siempre	Rarame...
12	Entr...	Mas...	Prod...	Men...	Univ...	A veces	Frecuen...	A veces	Siempre	Frecuen...	Rarame...	Siempre	A veces	Siempre	Rarame...	A veces	Frecuen...	Rarame...	Rarame...	Siempre
13	Men...	Fem...	Distr...	Entr...	Univ...	A veces	Rarame...	A veces	Nunca	Nunca	Frecuen...	A veces	Siempre	A veces	Rarame...	A veces	Rarame...	A veces	Nunca	Frecuen...
14	Entr...	Fem...	Prod...	Men...	Sec...	A veces	A veces	Rarame...	A veces	Frecuen...	Rarame...	Siempre	Frecuen...	A veces	Frecuen...	Nunca	Frecuen...	A veces	Frecuen...	Rarame...
15	Entr...	Mas...	Distr...	Entr...	Sec...	A veces	Rarame...	A veces	Rarame...	Nunca	Siempre	Rarame...	Nunca	Nunca	A veces	Frecuen...	Nunca	Frecuen...	Frecuen...	Frecuen...
16	Entr...	Fem...	Prod...	Entr...	Técn...	Frecuen...	Nunca	Siempre	Frecuen...	Rarame...	Rarame...	Rarame...	Rarame...	Siempre	Frecuen...	Rarame...	Frecuen...	A veces	Rarame...	Nunca
17	Entr...	Mas...	Prod...	Entr...	Sec...	Siempre	Nunca	A veces	Siempre	Frecuen...	Nunca	Frecuen...	Siempre	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Nunca	Siempre	Rarame...
18	Entr...	Mas...	Prod...	Men...	Univ...	Frecuen...	Frecuen...	Rarame...	Nunca	Nunca	Rarame...	Siempre	Frecuen...	Siempre	Nunca	A veces	Nunca	A veces	Rarame...	A veces
19	Men...	Mas...	Prod...	Entr...	Sec...	Siempre	Frecuen...	A veces	Siempre	Siempre	Frecuen...	A veces	A veces	Rarame...	Siempre	Frecuen...	A veces	Siempre	Nunca	Frecuen...
20	Màs ...	Mas...	Prod...	Entr...	Técn...	Siempre	Rarame...	Frecuen...	Frecuen...	A veces	Frecuen...	Rarame...	Siempre	Frecuen...	Siempre	A veces	A veces	Rarame...	Nunca	A veces
21	Màs ...	Fem...	Prod...	Men...	Sec...	Siempre	Siempre	Rarame...	Nunca	Siempre	Siempre	Rarame...	Frecuen...	Frecuen...	Rarame...	Frecuen...	Frecuen...	Nunca	Rarame...	A veces
22	Entr...	Fem...	Distr...	Men...	Sec...	Rarame...	Siempre	Siempre	Nunca	Siempre	Siempre	Siempre	A veces	A veces	Nunca	Frecuen...	Nunca	Nunca	Siempre	Rarame...
23	Entr...	Fem...	Adm...	Entr...	Univ...	Rarame...	Nunca	Rarame...	Rarame...	Rarame...	Siempre	Nunca	Rarame...	Nunca	Rarame...	A veces	Frecuen...	A veces	A veces	Rarame...
24	Màs ...	Fem...	Otra	Entr...	Técn...	A veces	Nunca	Frecuen...	Frecuen...	Frecuen...	A veces	Siempre	Siempre	Frecuen...	Frecuen...	A veces	Siempre	Frecuen...	Siempre	Rarame...
25	Màs ...	Mas...	Prod...	Entr...	Univ...	Frecuen...	Frecuen...	A veces	Rarame...	Nunca	A veces	Rarame...	Frecuen...	Nunca	Frecuen...	Rarame...	Siempre	Frecuen...	Siempre	A veces
26	Màs ...	Fem...	Otra	Entr...	Univ...	Frecuen...	Frecuen...	Nunca	Siempre	A veces	Frecuen...	A veces	Siempre	A veces	Frecuen...	Nunca	A veces	Frecuen...	Nunca	Frecuen...
27	Entr...	Mas...	Distr...	Men...	Univ...	A veces	Nunca	A veces	Frecuen...	Siempre	Frecuen...	A veces	Nunca	A veces	A veces	Nunca	A veces	Frecuen...	Nunca	Siempre
28	Men...	Mas...	Prod...	Màs ...	Técn...	Siempre	Nunca	Nunca	Frecuen...	Rarame...	Siempre	Frecuen...	Siempre	Rarame...	Rarame...	Siempre	Nunca	Nunca	A veces	A veces
29	Entr...	Mas...	Distr...	Màs ...	Técn...	A veces	A veces	Frecuen...	Siempre	A veces	Frecuen...	A veces	Rarame...	Siempre	Nunca	Rarame...	A veces	Nunca	Rarame...	Rarame...
30	Màs ...	Mas...	Adm...	Màs ...	Post...	Rarame...	Frecuen...	Rarame...	Rarame...	Nunca	Nunca	Frecuen...	Rarame...	Rarame...	Rarame...	Frecuen...	Nunca	Nunca	Frecuen...	Rarame...
31	Men...	Fem...	Adm...	Entr...	Post...	Siempre	Nunca	Nunca	Frecuen...	Siempre	A veces	Frecuen...	Frecuen...	Rarame...	Frecuen...	Rarame...	Rarame...	Nunca	Rarame...	Rarame...
32	Entr...	Fem...	Adm...	Entr...	Técn...	A veces	Nunca	Nunca	Rarame...	Rarame...	Rarame...	Frecuen...	Nunca	Frecuen...	Frecuen...	A veces	Rarame...	Rarame...	A veces	Nunca
33	Màs ...	Mas...	Adm...	Entr...	Técn...	Siempre	Frecuen...	Frecuen...	Rarame...	Frecuen...	A veces	Frecuen...	Frecuen...	A veces	Rarame...	Nunca	A veces	Frecuen...	Frecuen...	Rarame...
34	Entr...	Fem...	Prod...	Entr...	Sec...	Frecuen...	Frecuen...	A veces	Frecuen...	A veces	Frecuen...	Siempre	Nunca	Rarame...	A veces	Nunca	Siempre	A veces	Frecuen...	Frecuen...
35	Màs ...	Fem...	Otra	Entr...	Técn...	Rarame...	Rarame...	Frecuen...	Nunca	A veces	Nunca	Frecuen...	Nunca	Frecuen...	A veces	Nunca	Rarame...	Frecuen...	Rarame...	Siempre
36	Men...	Mas...	Adm...	Men...	Técn...	Rarame...	Nunca	Siempre	Siempre	Frecuen...	Frecuen...	A veces	A veces	A veces	A veces	Frecuen...	Rarame...	A veces	Siempre	Siempre
37	Men...	Mas...	Distr...	Men...	Técn...	A veces	Rarame...	Frecuen...	Rarame...	A veces	Rarame...	Siempre	Nunca	Nunca	Rarame...	A veces	A veces	Frecuen...	Rarame...	Siempre
38	Màs ...	Fem...	Otra	Entr...	Univ...	Frecuen...	Frecuen...	Nunca	Nunca	A veces	Rarame...	Siempre	Nunca	A veces	Frecuen...	Frecuen...	Frecuen...	Nunca	Frecuen...	Rarame...

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20
39	Más ...	Mas...	Otra	Entr...	Técn...	A veces	Nunca	Siempre	Frecuen...	Rarame...	A veces	A veces	Nunca	Rarame...	Siempre	A veces	Rarame...	Rarame...	A veces	Rarame...
40	Más ...	Mas...	Prod...	Men...	Sec...	Rarame...	Nunca	Nunca	Siempre	Rarame...	Nunca	Frecuen...	Siempre	Nunca	Rarame...	Nunca	A veces	Nunca	Rarame...	Nunca
41	Men...	Fem...	Prod...	Men...	Técn...	Rarame...	Rarame...	A veces	A veces	Frecuen...	A veces	Nunca	Frecuen...	Frecuen...	Siempre	Nunca	A veces	A veces	Rarame...	Siempre
42	Más ...	Fem...	Prod...	Entr...	Técn...	A veces	Frecuen...	Frecuen...	Nunca	Siempre	Nunca	Rarame...	Rarame...	Nunca	Siempre	Siempre	A veces	Nunca	A veces	Frecuen...
43	Más ...	Mas...	Distr...	Men...	Post...	Siempre	Siempre	Rarame...	A veces	Frecuen...	Siempre	A veces	Nunca	Rarame...	Siempre	A veces	Frecuen...	Frecuen...	Nunca	A veces
44	Entr...	Mas...	Adm...	Entr...	Univ...	Nunca	Frecuen...	Siempre	Nunca	Nunca	A veces	Nunca	A veces	Siempre	Siempre	A veces	A veces	Nunca	A veces	Siempre
45	Men...	Fem...	Prod...	Entr...	Univ...	Rarame...	Frecuen...	Siempre	Rarame...	A veces	A veces	Nunca	Siempre	A veces	Frecuen...	Siempre	Frecuen...	Frecuen...	Siempre	Siempre
46	Men...	Fem...	Prod...	Más ...	Sec...	Nunca	Nunca	Siempre	Rarame...	Siempre	Frecuen...	Nunca	Frecuen...	Siempre	Frecuen...	Nunca	Nunca	A veces	Frecuen...	Nunca
47	Men...	Fem...	Prod...	Entr...	Univ...	Frecuen...	Nunca	A veces	Frecuen...	Frecuen...	A veces	Frecuen...	Siempre	Rarame...	Rarame...	A veces	Siempre	Frecuen...	Nunca	Nunca
48	Entr...	Mas...	Prod...	Entr...	Técn...	Nunca	Frecuen...	Frecuen...	A veces	Siempre	A veces	A veces	A veces	Nunca	Nunca	A veces	Siempre	Nunca	A veces	A veces
49	Más ...	Mas...	Prod...	Entr...	Técn...	Rarame...	Siempre	Frecuen...	A veces	Siempre	Siempre	Rarame...	Siempre	Siempre	Rarame...	A veces	Siempre	Siempre	A veces	Nunca
50	Más ...	Fem...	Prod...	Entr...	Técn...	Nunca	Frecuen...	Siempre	Siempre	Frecuen...	Frecuen...	Frecuen...	Rarame...	Nunca	A veces	Frecuen...	Siempre	Nunca	Frecuen...	Nunca
51	Men...	Fem...	Prod...	Entr...	Sec...	A veces	Siempre	Rarame...	Rarame...	Siempre	Nunca	Rarame...	Siempre	A veces	Nunca	A veces	A veces	Frecuen...	Siempre	Frecuen...
52	Entr...	Mas...	Distr...	Entr...	Post...	Siempre	Siempre	Rarame...	Nunca	Nunca	A veces	A veces	A veces	A veces	Nunca	Siempre	Nunca	A veces	Frecuen...	Siempre
53	Men...	Fem...	Prod...	Más ...	Sec...	Siempre	A veces	Frecuen...	Siempre	A veces	Siempre	Frecuen...	A veces	A veces	Rarame...	Siempre	Nunca	Siempre	Frecuen...	Rarame...
54	Entr...	Fem...	Distr...	Entr...	Sec...	Nunca	Frecuen...	Frecuen...	A veces	A veces	Frecuen...	Rarame...	Siempre	Frecuen...	A veces	Frecuen...	Rarame...	Siempre	Rarame...	A veces
55	Men...	Fem...	Distr...	Más ...	Univ...	A veces	A veces	Nunca	Siempre	A veces	A veces	Rarame...	A veces	A veces	Siempre	Nunca	Nunca	Nunca	Frecuen...	A veces
56	Más ...	Mas...	Prod...	Men...	Técn...	Nunca	Rarame...	A veces	Rarame...	A veces	Frecuen...	A veces	A veces	A veces	Nunca	Siempre	Frecuen...	Siempre	Nunca	Siempre
57	Men...	Mas...	Prod...	Más ...	Sec...	Frecuen...	Nunca	Rarame...	Nunca	Rarame...	Rarame...	Rarame...	Frecuen...	Nunca	Nunca	Nunca	Frecuen...	Rarame...	Nunca	Nunca
58	Entr...	Mas...	Adm...	Men...	Sec...	Nunca	Nunca	Siempre	A veces	Siempre	Siempre	Rarame...	Frecuen...	Frecuen...	Frecuen...	Frecuen...	Rarame...	Frecuen...	Rarame...	A veces
59	Entr...	Fem...	Distr...	Entr...	Técn...	Rarame...	A veces	Siempre	Frecuen...	A veces	A veces	Siempre	Nunca	Frecuen...	Nunca	Nunca	Frecuen...	Nunca	A veces	Nunca
60	Más ...	Mas...	Otra	Men...	Univ...	Frecuen...	Rarame...	Frecuen...	Siempre	Siempre	Frecuen...	A veces	Frecuen...	Frecuen...	Frecuen...	Rarame...	Rarame...	Siempre	Nunca	Rarame...
61	Men...	Mas...	Adm...	Men...	Sec...	Frecuen...	Siempre	Nunca	Rarame...	Nunca	Frecuen...	Siempre	Rarame...	Nunca	Rarame...	Siempre	Rarame...	Siempre	Siempre	Rarame...
62	Entr...	Fem...	Prod...	Más ...	Técn...	A veces	Rarame...	A veces	Frecuen...	Siempre	Frecuen...	Rarame...	Siempre	A veces	A veces	Nunca	Rarame...	Siempre	Rarame...	A veces
63	Entr...	Fem...	Distr...	Men...	Univ...	Siempre	Siempre	Siempre	A veces	Frecuen...	Siempre	A veces	Frecuen...	Nunca	Frecuen...	Nunca	Nunca	Nunca	A veces	Rarame...
64	Entr...	Mas...	Prod...	Men...	Técn...	Nunca	Rarame...	Siempre	Rarame...	A veces	Rarame...	Rarame...	A veces	Siempre	A veces	Nunca	Nunca	A veces	Nunca	A veces
65	Men...	Mas...	Prod...	Entr...	Técn...	Rarame...	Nunca	Frecuen...	Rarame...	Frecuen...	Siempre	Rarame...	Nunca	A veces	Nunca	A veces	Nunca	Siempre	Rarame...	Siempre
66	Men...	Fem...	Distr...	Men...	Univ...	Nunca	A veces	Rarame...	Nunca	Rarame...	A veces	Rarame...	Nunca	Nunca	Rarame...	Nunca	A veces	Rarame...	Frecuen...	Frecuen...
67	Entr...	Fem...	Distr...	Entr...	Post...	Rarame...	Nunca	Frecuen...	Siempre	Siempre	Nunca	Rarame...	Nunca	Nunca	Rarame...	A veces	Frecuen...	Rarame...	Siempre	Rarame...
68	Men...	Mas...	Distr...	Entr...	Técn...	Frecuen...	Rarame...	Frecuen...	Siempre	Frecuen...	Frecuen...	A veces	A veces	A veces	Nunca	Frecuen...	Frecuen...	A veces	Siempre	A veces
69	Más ...	Fem...	Prod...	Men...	Univ...	A veces	Rarame...	Frecuen...	Rarame...	Siempre	Frecuen...	Frecuen...	Nunca	Siempre	Siempre	A veces	A veces	A veces	Frecuen...	Frecuen...
70	Entr...	Fem...	Prod...	Men...	Técn...	Frecuen...	Siempre	Nunca	Rarame...	Rarame...	A veces	A veces	A veces	Frecuen...	Nunca	Rarame...	A veces	Siempre	Siempre	Nunca
71	Entr...	Fem...	Adm...	Más ...	Univ...	Frecuen...	Nunca	Rarame...	Nunca	Frecuen...	Nunca	Nunca	Siempre	Siempre	A veces	Rarame...	Siempre	Frecuen...	Rarame...	Rarame...
72	Entr...	Fem...	Adm...	Entr...	Técn...	A veces	Rarame...	Frecuen...	Siempre	Nunca	A veces	Nunca	A veces	Nunca	A veces	Siempre	Siempre	A veces	A veces	Siempre

Apéndice 5 Otros.

Operacionalización de las variables

Operacionalización de las variables

VARIABLE	DIMENSION	INDICADOR	INSTRUMENTO
VARIABLE INDEPENDIENTE	Accesibilidad y facilidad de uso	Facilidad de acceso	
	Eficiencia	Mejora en tiempos	
Herramientas de Inteligencia Empresarial (IE)	operativa	Programas de capacitación	Encuesta
	Capacitación y soporte técnico	Facilidad de integración	Cuestionario
	Integración con otros sistemas	Precisión de los datos	
	Calidad de los datos		
VARIABLE DEPENDIENTE	Basado en datos	Uso de datos analíticos	
	Impacto en la efectividad organizacional	Mejora en la eficiencia	
Toma de decisiones estratégicas	Adaptabilidad y agilidad	Capacidad de adaptación rápida	
	Alineación con objetivos estratégicos	Grado de alineación	



ANEXO 1
FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN

AUTORIZACIÓN PARA LA INCORPORACIÓN DE LOS TRABAJOS DE INVESTIGACIÓN EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL UANCV

Formato digital

Fecha de entrega: 30 – 09 – 2025

1. Datos del autor (es):

Nombres y Apellidos: TARIRI COLIN ALMANZA QUISPE

Dirección: Jr. Caracoto, Nro. 262 – Juliaca

DNI/Carné de Extranjería/Pasaporte N°: 47983459

Teléfono: 941 294 370 email: taririalmaza@gmail.com

Nombres y Apellidos: _____

Dirección: _____

DNI/Carné de Extranjería/Pasaporte N°: _____

Teléfono: _____ email: _____

Facultad y/o Escuela de Posgrado: INGENIERIA DE SISTEMAS

Escuela Profesional o Mención: INGENIERÍA EMPRESARIAL E INFORMÁTICA

Título o Grado Académico a optar: INGENIERO EMPRESARIAL E INFORMÁTICO

Asesor: Dr. JUAN BENITES NORIEGA

Esta obra se encuentra dentro de las siguientes denominaciones:

Trabajo de Investigación Tesis Trabajo de Suficiencia Profesional Trabajo Académico

Título: IMPACTO DE LAS HERRAMIENTAS DE INTELIGENCIA EMPRESARIAL EN LA TOMA DE DECISIONES ESTRATÉGICAS DE EMPRESA GRAMIS JULIACA 2024

Palabras claves, (3 a 5 términos): Inteligencia empresarial, Decisiones estratégicas, Impacto.

¿Esta obra se desarrolló en la UANCV ^{1,2}?

2

¹ Indicar si su producción intelectual ha empleado recursos tales como, instalaciones, laboratorios, insumos, equipos, bases de datos, asesoría técnica por parte del personal de la UANCV, financiamiento, entre otros relacionados.

² Si su producción intelectual se desarrolló en la UANCV totalmente o parcialmente, deberá autorizar el depósito en el Repositorio de manera obligatoria.



2. Referencia de tesis:

Bachiller Título 2da Especialidad Maestría Doctorado

3. Licencias:

a) Licencia estándar:

Bajo los siguientes términos, autorizo el depósito de mi tesis en el Repositorio Digital de la UANCV.

Con la autorización de depósito de mi producción Intelectual, otorgo a la Universidad Andina "Néstor Cáceres Velásquez" una licencia no exclusiva para reproducir, distribuir, comunicar al público, transformar (únicamente mediante su traducción a otros idiomas) y poner a disposición del público mi producción intelectual (incluido el resumen), en formato físico o digital, en cualquier medio, conocido o por conocerse, a través de los diversos servicios por la Universidad, creados o por crearse, tales como el Repositorio Digital de tesis UANCV, colección de producción intelectual, entre otros, en el Perú y en el extranjero por el tiempo y veces que considere necesarias, y libres de remuneraciones.

En virtud de dicha licencia, la Universidad Andina "Néstor Cáceres Velásquez" podrá reproducir mi producción intelectual en cualquier tipo de soporte y en más de un ejemplar, sin modificar su contenido, solo con propósitos de seguridad, respaldo y preservación.

Declaro que la producción intelectual es una creación de mi autoría y exclusiva titularidad, coautoría con titularidad compartida, y me encuentro facultado a conceder la presente licencia y, asimismo, garantizo que dicha producción intelectual no infringe derechos de autor de terceras personas.

La Universidad Andina "Néstor Cáceres Velásquez" consignará el nombre del y/o los autor(es) de la producción intelectual, y no le hará ninguna modificación más que la permitida en la licencia.

Autorizo su publicación (marque con una X)

- Sí, autorizo que se deposite inmediatamente.
- Sí, autorizo que se deposite a partir de la fecha (d/m/a): _____
- No autorizo.

b) Licencia CREATIVE COMMONS 4.0 INTERNACIONAL:

Si usted concede una licencia CREATIVE COMMONS sobre su producción intelectual, mantiene la titularidad de los derechos de autor de esta y, a la vez, permite que otras personas puedan reproducirla, comunicarla al público y distribuir ejemplares de esta, bajo las condiciones siguientes:

¿Quiere permitir usos comerciales de su producción intelectual?

Sí: significa que usted permite la reproducción, distribución y comunicación pública de la producción intelectual incluso con fines comerciales.

No: significa que usted permite la reproducción, y comunicación pública de la producción intelectual, pero sin fines comerciales.

- Sí autorizo
- No autorizo



Jurisdicción de su Licencia

Todas las licencias CREATIVE COMMONS son de ámbito mundial, sin embargo, usted puede elegir entre la opción "internacional" o una adaptada a su jurisdicción, como para el caso peruano.

La opción "internacional" emplea el lenguaje y la terminología de los tratados internacionales; en cambio, la adaptada a su jurisdicción, recoge las particularidades de la legislación peruana.

En consecuencia, **la opción "internacional" goza de una mayor eficacia a nivel mundial, gracias a que tiene jurisdicción neutral.** Mientras que la opción adaptada a la jurisdicción del Perú goza de una mayor eficacia ante los tribunales peruanos.

Internacional

Nacional

Línea de investigación: ORGANIZACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS -P25



Firma de Autor



huella digital

30 – SETIEMBRE – 2025

Fecha