



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

**ESCUELA ACADÉMICA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

TESIS

**DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE INTELIGENCIA DE
NEGOCIOS PARA MEJORAR LA TOMA DE
DECISIONES EN EL ÁREA DE VENTAS EN LA
INSTITUCIÓN EDUCATIVA PRIVADA SAN
AGUSTÍN, EN EL DISTRITO DE MOTUPE, 2019**

**PARA OPTAR TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN**

Autoras:

Bach. Martinez Flores Santa Ysabel
<https://orcid.org/0000-0001-8018-103X>

Bach. Pacheco Chinchay Rosely
<https://orcid.org/0000-0003-1024-6998>

Asesor:

Dr. García Yovera Abraham José
<https://orcid.org/0000-0002-5851-1239>

**Línea de Investigación:
Gestión Empresarial y Emprendimiento**

**Pimentel – Perú
2021**

**DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE INTELIGENCIA DE NEGOCIOS PARA
MEJORAR LA TOMA DE DECISIONES EN EL ÁREA DE VENTAS EN LA
INSTITUCIÓN EDUCATIVA PRIVADA SAN AGUSTÍN, EN EL DISTRITO DE
MOTUPE, 2019.**

Asesor (a): Dr. García Yovera Abraham José.
Firma

Presidente (a) Dr. Merino Núñez Mirko
Firma

Secretario (a): Dr. Mego Núñez Onésimo
Firma

Vocal (a): MG. Mori Guarnizo Sandra
Firma

DEDICATORIA

A Dios por ser nuestra guía y brindarnos sabiduría y mostrarnos que, con humildad, perseverancia todo es posible.

A nuestros padres por el apoyo económico y moral y sobre todo por la confianza ya que de una u otra forma hicieron posible este trabajo, brindándonos su amor incondicional gracias por dedicarnos su vida y por enseñarnos a entender que no debemos desmayar ante ningún obstáculo.

A todas esas personas que nos ayudaron directa o indirectamente en la realización de este trabajo porque cada uno con sus valiosas aportaciones y la gran calidad humana hicieron posible la culminación de este trabajo

Bach. Martínez Flores Santa Ysabel

Bach. Pacheco Chinchay Rosely

AGRADECIMIENTO

A Dios por la vida, los triunfos, los momentos difíciles y sobre todo por permitirnos llegar hasta este momento en nuestras vidas.

A todas aquellas personas que de una u otra forma han intervenido en la realización del presente trabajo, por sus apreciados y notables aportes, críticas, comentarios y sugerencias.

A nuestro asesor de tesis: Por la supervisión continúa, los conocimientos, experiencias, orientaciones compartidas y sobre todo por la paciencia.

A la universidad por la oportunidad que nos brinda de seguir creciendo profesionalmente por los conocimientos y experiencias obtenidas.

Al director y colaboradores de la institución educativa san Agustín “Motupe” por brindarnos la información necesaria para la realización de esta investigación.

Bach. Martinez Flores Santa Ysabel

Bach. Pacheco Chinchay Rosely

RESUMEN

En la presente investigación titulada “Diseño de estrategias de inteligencia de negocios para mejorar la toma de decisiones en el área de ventas en La Institución Educativa Privada San Agustín, En El Distrito De Motupe, 2019, se planteó como objetivo general Proponer estrategias de inteligencia de negocios para mejorar la toma de decisiones en el área de ventas en la Institución Educativa Privada San Agustín, en el Distrito de Motupe, 2019, además para su desarrollo se empleó una metodología de enfoque cuantitativo, de tipo descriptiva-propositiva, con diseño no experimental, con una población de 30 colaboradores a quienes se les aplicó como técnica una encuesta con su instrumento un cuestionario, donde se obtuvo que la variable inteligencia de negocio está en un nivel medio con el 60,0%, y la variable toma de decisiones en un nivel bajo con el 53,3%. Por ende, se concluyó que se diseñaron estrategias de inteligencia de negocio para la I.E.P. San Agustín tales como mejorar los procesos de análisis de datos, crear modelos de datos y realizar un estudio de mercado y mejorar las ventas, todo ello teniendo un presupuesto de S/. 2550.00.

Palabras Clave: Inteligencia de negocios, toma de decisiones, análisis de datos, procesos, modelos de data.

ABSTRACT

In this research entitled "Design of business intelligence strategies to improve decision making in the sales area in the Private Educational Institution San Agustin, in the District of Motupe, 2019, the general objective was to propose business intelligence strategies to improve decision making in the sales area in the Private Educational Institution San Agustin, in the District of Motupe, 2019, also for its development a methodology of quantitative approach was used, of descriptive-propositive type, with non-experimental design, with a population of 30 collaborators to whom a survey was applied as a technique with its instrument a questionnaire, where it was obtained that the business intelligence variable is at a medium level with 60.0%, and the decision-making variable at a low level with 53.3%. Therefore, it was concluded that business intelligence strategies were designed for the I.E.P. San Agustin such as improving data analysis processes, creating data models and conducting a market study, all with a budget of S/. 2550.00.

Keywords: Business intelligence, decision making, data analysis, processes, data models.

ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
RESUMEN	v
ABSTRACT	vi
I. INTRODUCCIÓN.....	11
1.1. Realidad Problemática.	11
1.2. Trabajos previos.....	13
1.3. Teorías relacionadas al tema.	19
1.3.1. Inteligencia de negocios	19
1.3.2. Toma de decisiones.....	23
1.4. Formulación del Problema.	26
1.5. Justificación e importancia del estudio.	26
1.6. Hipótesis.	27
1.7. Objetivos.....	27
1.7.1. Objetivos General.....	27
1.7.2. Objetivos Específicos	27
II. MATERIAL Y MÉTODO.....	28
2.1. Tipo y Diseño de Investigación.....	28
2.1.1. Tipo de investigación	28
2.1.2. Diseño de investigación	28
2.2. Población y muestra.....	29
2.2.1. Población.....	29
2.2.2. Muestra.	29
2.3. Variables, Operacionalización.....	30
2.3.1. Variable.	30
2.3.2. Operacionalización.	31
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.....	33
2.4.1. Técnicas	33
2.4.2. Instrumentos.....	33
2.4.3. Validez.....	33
2.4.4. Confiabilidad.....	34
2.5. Procedimiento de análisis de datos.	34
2.6. Aspectos éticos	36
2.7. Criterios de Rigor científico.	36

III.	RESULTADOS	37
3.1.	Tablas y Figuras.....	37
3.2.	Discusión de resultados	45
3.3.	Aporte científico	48
IV.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	60
4.1.	Conclusiones	60
4.2.	Recomendaciones	61
	REFERENCIAS	62
	ANEXOS.....	67

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Población del personal de la IEP	29
Tabla 2. Población de docentes de la IEP	29
Tabla 3. Variable: Inteligencia de negocios.....	31
Tabla 4. Variable: Toma de decisiones.....	32
Tabla 5. Validación de expertos.....	33
Tabla 6. Prueba de confiabilidad de la variable independiente.	34
Tabla 7. Prueba de confiabilidad de la variable dependiente.	34
Tabla 8. Baremo de la variable independiente.....	35
Tabla 9. Baremo de la variable dependiente.....	35
Tabla 10. Dimensión 01: Sistemas de Información.	37
Tabla 11. Dimensión 02: Innovación.....	38
Tabla 12. Dimensión 03: Activos intangibles.....	39
Tabla 13. Variable Inteligencia de negocios.....	40
Tabla 14. Dimensión 01: Procesos.	41
Tabla 15. Dimensión 02: Objetivos.	42
Tabla 16. Dimensión 03: Estrategias.	43
Tabla 17. Variable toma de decisiones.	44
Tabla 16. Mejora en los procesos de análisis de datos.....	51
Tabla 17. Estudio de mercado.	52
Tabla 20. Alumnos nivel inicial.....	53
Tabla 21. Alumnos nivel primaria.....	54
Tabla 22. Alumnos nivel secundario.	54
Tabla 23. Alumnos turno no escolarizado primaria y secundaria (sábado y domingo) - CEBAS.	55
Tabla 24. Importe a la institución educativa.	56
Tabla 25. Egresos de la institución educativa.	56
Tabla 26. Egresos en pago a docentes de la institución educativa.	56
Tabla 27. Utilidades.....	57
Tabla 28. Mejorar las ventas.....	57
Tabla 29. Presupuesto.....	58

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Dimensión 01: Sistemas de Información.	37
Figura 2. Dimensión 02: Innovación.	38
Figura 3. Dimensión 03: Activos intangibles.	39
Figura 4. Variable Inteligencia de negocios.	40
Figura 5. Dimensión 01: Procesos.....	41
Figura 6. Dimensión 02: Objetivos.....	42
Figura 7. Dimensión 03: Estrategias.....	43
Figura 8. Variable toma de decisiones.....	44
Figura 9. Procesos de análisis de datos	49
Figura 10. Modelos de datos	50
Figura 11. Ejemplo de tablas dinámicas con Pauer Pivot	52
Figura 12. Ejemplo de figuras con Pauer Pivot	53

I. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad Problemática.

Analizando el contexto internacional, se puede encontrar que los decisores muchas veces suelen confiar con frecuencia en los productos analíticos como los procesos diarios para tomar sus decisiones en la empresa, por ende, deberían leer bien los informes analíticos, sin embargo, todo ello lo pueden lograr con la inteligencia de negocios (BI), ya que este les proporciona una interfaz fácil de emplear para obtener sus informes finales y, por tal motivo su utilización es cada día más cómodo para los decisores finales, debido a que su aplicación también garantiza calidad de datos, uniformidad y confianza, (Pranjić, 2018)

De la misma manera, se sabe que todas las decisiones en las diversas áreas, necesitan de diversos tipos de información, para ello se deben emplear adecuadas herramientas que contribuyan a la toma de decisiones eficaces. Tal como el sistema de inteligencia de negocios cuya finalidad es brindar apoyo eficaz a cada una de las decisiones que se deseen tomar, debido a que este sistema se basa en diversos módulos, que muestran información diferente y optimizada que apoya a los decisores a poder analizarla; y en base a ello tomar buenas decisiones empresariales, (Borissova, Cvetkova, Garvanov, y Garvanova, 2020).

Por su parte, Azeroual y Theel (2018), afirman que, con el avance agigantado de la globalización en los mercados, el crecimiento competitivo y el incremento de las condiciones de los mercados y las necesidades de los usuarios; los negocios se enfrentan a retos nuevos, imponiendo que se sepan adaptar a dichas condiciones para responder a ellas con rapidez y flexibilidad a cada cambio y que a la vez tengan costos bajos de control. Para logra ello, se vienen desarrollando distintos enfoques con diferentes nombres, y uno de ellos es la inteligencia de negocios (BI), que es la responsable de describir la información obtenida, para almacenarla, procesarla, analizarla y presentar los datos de todo el negocio.

Cada vez la información se está volviendo más difícil, voluminosa y compleja para ser analizada y con diversas formas de alcanza niveles más detallados. Por ende, las empresas en Perú que tienen visión de futuro, deben emplear un sistema de inteligencia de negocios y prepararse para vencer a cada competidor indirecto o directo. Los sistemas de BI adoptan mejores maneras de trabajar, superando un

sistema tradicional para tomar decisiones y en la forma en que dirigen cada operación, además se sabe que el BI convierte información en una acción nueva de inteligencia y con la información obtenida los líderes pueden trabajar en cada cuestión que les preocupe,(Armas, 2017).

De la misma manera, se encontró que diversas empresas peruanas necesitan de tecnologías que les ayude a realizar un análisis de su información generada por sus operaciones diarias, con la finalidad de poder tomar decisiones fundamentadas en sus negocios. Ante ello se la inteligencia de negocio es la mejor opción ya que para su implementación se necesita de un costo menor y de forma rápida. Con este sistema las empresas podrían analizar la información a detalle que les permita tomar buenas decisiones, con el fin de reducir mermar y poder optimizar su inventario, disminuyendo su stock,(López y Guerrero, 2018).

Por su parte, Asto y Arangüena (2018), realizaron un estudio en una I.E. publica en Perú, sobre qué tan efectiva es la aplicación de inteligencia de negocios, donde se encontró que se redujeron errores en la toma de decisiones a un 25% de 40%, además que las tareas se completaron de 30% a 90%, se logró crear un estímulo donde los usuarios estuvieron satisfechos de un 20% a 80%, y con la característica del sistema de un 20 a 87%, asimismo su productividad mejoró donde se tardaban 72 horas para completar sus tareas paso a 1 a 2 minutos para completarla. Es decir, la BI ayuda a reducir tiempos y recursos para tener acceso a información y con ello poder tomar buenas decisiones.

En el contexto local, se tiene que la IEP San Agustín Motupe, ubicada en el distrito de Motupe, en la calle Garcilaso de la Vega N°141, brindando 24 años de servicio en los tres niveles de educación, tanto inicial, primaria y secundaria. Hoy en día a cargo del Lic. Marcelino De La Cruz Cajo.

Se tiene de conocimiento que la IEP San Agustín Motupe, tiene su base de datos de manera tradicional, por ende, la gran información de todos los años que tiene registrada como datos históricos en su base de datos tradicional que posee una inadecuada estructuración de la información, genera gran demora cuando se desea generar diversos reportes visuales para tomar decisiones con respecto a las deficiencias que se encuentren.

Además, se observa que, cuando el usuario le solicita información detallada, al personal de ventas, se le hace muy complicado encontrar la información solicitada, de la misma manera cuando el jefe de área desea tomar decisiones, con respecto a cómo incrementar las ventas u otra temática, no tienen la información necesaria por lo que se le hace un poco complicado.

La IEP San Agustín Motupe, se ve en la necesidad de tener mejoras en sus servicios y en su área de ventas, por ello, en el presente estudio se diseñarán estrategias de inteligencia de negocios para mejorar la toma de decisiones en el área de ventas

1.2. Trabajos previos.

Nivel internacional

Vega (2020), en su investigación realizada en Ecuador, planteo como propósito principal, Implementar un proceso de gestión de datos basado en Inteligencia de Negocios (BI), para el análisis de la información de recuperación de cartera del Proyecto “Plan RENOVA” realizado por el Ministerio de Electricidad y Energía Renovable, para su desarrollo empleo una investigación de tipo aplicada, descriptiva, propositiva, con diseño no-experimental, con enfoque cuantitativo, como técnica para obtener datos se utilizó como técnica una encuesta y entrevista al personal de MEER. Concluyendo que la empresa de estudio tiene herramientas informáticas que poseen variedad de información, por tal motivo la empresa debería tener un control mensual de cada crédito otorgado a cada beneficiario. De la misma manera se encontró que la empresa realiza un análisis situacional de forma manual, obteniendo reportes en Excel, que le demanda bastante tiempo en realizar sus cálculos necesarios.

Morán (2019), en su investigación realizada en Ecuador, planteo como propósito principal, Implementar un software utilizando herramientas de Inteligencia de Negocios para el almacenamiento, procesamiento y análisis de información para la toma de decisiones para la recuperación de cartera de socios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito COOPAD, para su desarrollo empleo una investigación de tipo aplicada, descriptiva, propositiva, con diseño no-experimental, con enfoque cuantitativo. De la misma manera se llegó a concluir que existen informaciones de

clientes y socios que no están actualizadas al momento de extraer datos, por ello se implementó el sistema de BI Qlikview que ayuda al desarrollo de cada requisito del usuario, sin ningún problema, debido a que es flexible en el procesamiento de información, permitiendo un acceso fácil a las informaciones de diversos medios.

Rodríguez, Ospina, y Camelo (2019), en su investigación realizada en Colombia, plantearon como propósito principal, Diseñar una propuesta de un sistema de solución de inteligencia de negocios, para el almacenamiento y manejo de la información de las ventas en empresa Pintulac SAS que permita la visualización y presentación de reportes, para su desarrollo empleo una investigación de tipo aplicada, descriptiva, propositiva, con diseño no-experimental, con enfoque cuantitativo. Asimismo, llegaron a la conclusión que la utilización de un sistema de inteligencia de negocios permite tener una información de manera oportuna, eficaz y rápida en el negocio, asimismo ayuda a incrementar la productividad de sus líderes y colaboradores quienes son los responsables de realizar reportes constantes, logrando cumplir sus metas empresariales debido poseen instrumentos para ejercer un análisis y control de todo el negocio.

Rodríguez (2018), en su investigación realizada en Colombia, planteo como propósito principal, Diseñar una herramienta de inteligencia de negocios que permita predecir la cantidad de transacciones futuras en una empresa, para su desarrollo empleo una investigación de tipo aplicada, descriptiva, propositiva, con diseño no-experimental, con enfoque cuantitativo. Asimismo, llego a la conclusión que el sistema de BI día a día genera grandes volúmenes y cantidad de información, que permite que la organización de estudio pueda realizar su toma de decisiones con un nivel más alto de certidumbre, ayudando y contribuyendo a lograr los resultados de manera efectiva. Además, para implementar un sistema de BI se necesita que la alta gerencia brinde su apoyo no solo económicamente, sino que contribuyendo a crear una cultura corporativa.

Criollo (2018), en su investigación realizada en Ecuador, planteo como propósito principal, Implementar un sistema Business Intelligence basados en Key Performance Indicators para la empresa Delimarket de la ciudad de Píllaro, para su desarrollo empleo una investigación de tipo aplicada, descriptiva, propositiva, con diseño no-experimental, con enfoque cuantitativo. Concluyendo que la empresa

estudiada necesita desarrollar un sistema de inteligencia de negocio, con metodologías idóneas para el buen desempeño de la organización, por ende, se propuso la BI Key Performance la cual permite transformar datos antiguos en información de utilidad para que la alta gerencia pueda tomar buenas decisiones en beneficio de la empresa.

Nivel nacional

Li (2019), en su investigación realizada en Lima, planteó como propósito principal Determinar el efecto de la Inteligencia de Negocios en el pronóstico de ventas, Centro Nacional de Servicios, Lima, 2019, para su desarrollo se empleó una investigación de nivel descriptiva, de tipo aplicada, con diseño no-experimental, para recolectar información se usó como técnicas una encuesta y observación directa, teniendo como muestra a 32 responsables de las ventas. Obteniendo como resultados que la percepción de los colaboradores fue baja en un 87,5%, teniendo retrasos en la obtención de información sobre las ventas que se realizan, por ende, se concluyó que, si la empresa de estudio implementa un sistema de inteligencia de negocios, tendrá un efecto significativo y positivo para pronosticar las ventas en la empresa estudiada.

Sanchez y Encalada (2019), en su investigación realizada en Lima, plantearon como propósito principal Determinar en qué medida el uso de Business Intelligence mejora el proceso de toma de decisiones gerenciales en el área de ventas de Indurama, para su desarrollo se empleó una investigación de nivel descriptiva, de tipo aplicada, con diseño pre-experimental, para recolectar información se usó como técnicas una entrevista y encuesta, teniendo como muestra a 30 flujos de procesos para tomar decisiones. Obteniendo como resultados que con el sistema de BI se logró reducir en un 89% el tiempo que se emplea en los procesos de cargar datos, permitiendo trabajar de manera eficiente y óptima en un tiempo menor, asimismo este sistema ayudo a tener un fácil acceso de información, con una reducción de 36.54 minutos a 14.75. además, se concluyó que la información está disponible en un 100%, estando en un tiempo real, de forma inmediata y permanente todo el año.

Ortega (2018), en su investigación realizada en Lima, plantearon como propósito principal Determinar de qué manera un modelo de Inteligencia de Negocios mejorará la toma de decisiones en las empresas pymes del sector Retail de Lima Metropolitana, para su desarrollo se empleó una investigación de nivel descriptiva, de tipo aplicada, con diseño pre-experimental, para recolectar información se usó como técnicas una encuesta y observación directa, teniendo como muestra a 381 obtenida de una población de 52215 pymes. Obteniendo como resultados que existe la posibilidad alta con el 42% de que se implemente un sistema de BI sin embargo el 54% no le da la debida importancia, concluyendo que las pymes quieren de un sistema de negocios que les ayude en tomar mejores decisiones, teniendo en cuenta que se debe ajustar a la necesidad de cada negocio, ya que puede generar reportes en tiempos muy cortos y brinda información de calidad.

Picón y Yarleque (2018), en su investigación realizada en Lima, plantearon como propósito principal determinar en qué medida el uso de la solución de inteligencia de negocios optimiza la toma de decisiones en el área de dirección de planta cosméticos de la empresa Yanbal International, para su desarrollo se empleó una investigación de nivel descriptiva, de tipo aplicada, con diseño pre-experimental, para recolectar información se usó como técnicas una entrevista, encuesta y observación, teniendo como muestra a 30 flujos de procesos para tomar decisiones. Obteniendo como resultados que el 57% no están de acuerdo con los sistemas que se emplean para tomar decisiones, con ello se logró concluir que con el sistema de BI la empresa podrá reducir sus tiempos para la elaboración de sus productos de 1238.30 minutos a 2.63, además se logró reducir de manera considerable el tiempo para realizar un análisis de la información que se obtiene de 315.07 minutos a 2.40, lo que permitió que los colaboradores ejecutivos tengan una mejor visibilidad para tomar sus decisiones.

Carhuallanqui (2017), en su investigación realizada en Lima, planteó como propósito principal Diseñar una solución de inteligencia de negocios que brinde información oportuna para la toma de decisiones en el área ventas de la empresa Dispefarma, para su desarrollo se empleó una investigación de nivel descriptiva, de tipo aplicada, con diseño pre-experimental, para recolectar información se usó

como técnicas una entrevista, encuesta y observación, teniendo como muestra a 9 jefes de áreas. Obteniendo como resultados que el tiempo promedio para elaborar informes solicitados disminuyó en un 90.13%, donde con el sistema BI solo tarda 0.75 horas y sin ella 7.6 horas, con ello se logró concluir que, el sistema de BI ayuda a mejorar de manera significativa la toma de decisiones de la empresa estudiada brindando información de manera rápida, para una mejor atención a los usuarios que la soliciten.

Nivel local

Díaz (2020), en su investigación planteó como propósito principal desarrollar una plataforma de inteligencia de negocios para apoyar el análisis de ventas en Caserío Restaurante Bar, para su desarrollo se empleó una investigación de nivel descriptiva, de tipo aplicada, con diseño no-experimental, para recolectar información se usó como técnicas una entrevista, encuesta y observación, teniendo como muestra a los directivos y el responsable de área. Obteniendo como resultados que el 67% consideró que un sistema de inteligencia de negocio podría reducir el tiempo en analizar la información para tomar decisiones y un 65% consideró que ayuda a tener una mejor percepción en los escenarios antes de tomar decisiones. Por ende, se concluyó que con la elaboración de interfaces gráficas a través de Power BI, basada en la inteligencia de negocio se reducirá el tiempo en obtener información detallada sobre las ventas y con ello será más fácil analizarla y poder tomar buenas decisiones.

Díaz y Tocto (2019), en su investigación plantearon como propósito principal desarrollar una Solución de Inteligencia de Negocios para mejorar el Proceso de Toma de Decisiones en el Área de Rentas de la Municipalidad Distrital de Ciudad Eten, para su desarrollo se empleó una investigación de nivel descriptiva, de tipo aplicada, con diseño no-experimental, para recolectar información se usó como técnicas una entrevista, encuesta y observación, teniendo como muestra a 49 colaboradores. Obteniendo como resultados que existe demoras en el tiempo de entregar los reportes debido a que no se hacen por atributos, mucho menos el personal es responsable y los materiales se emplean con eficacia, con ello se logró concluir que la municipalidad cuenta con un sistema transaccional para elaborar

sus reportes, teniendo un bajo impacto para la toma de decisiones, ya que se generan demoras en la obtención de información detallada.

Cornejo (2019), en su investigación planteó como propósito principal apoyar la toma de decisiones de la empresa comercial en el área de ventas mediante una solución basada en Inteligencia de Negocios, para su desarrollo se empleó una investigación de nivel descriptiva, de tipo aplicada, con diseño pre-experimental, para recolectar información se usó como técnicas una entrevista, encuesta y observación, teniendo como muestra a 3 colaboradores. Obteniendo como resultados que, con los interactivos reportes en relación al comportamiento de ventas, se redujo el promedio del tiempo en lograr obtener información a un 94, 5%, además se segmentó a usuarios identificados en 14 equipos con la finalidad de crear estrategias mejores en el mercado, debido a ello se concluyó que si se logró alcanzar el propósito planteado ya que la alta gerencia obtuvo reportes interactivos sin perder mucho tiempo y con la necesaria información que consiguió fue de mucha utilidad para tomar decisiones y de esa manera lograr una satisfacción a los usuarios.

Obando (2018), en su investigación planteó como propósito principal Proponer un Sistema de Información basado en Inteligencia de Negocios para incrementar la Recaudación Tributaria del Centro De Gestión Tributaria de Chiclayo, para su desarrollo se empleó una investigación de nivel descriptiva – propositiva, con diseño no-experimental, para recolectar información se usó como técnicas una entrevista, encuesta y análisis documental, teniendo como muestra a 14 colaboradores. Obteniendo como resultados que el 100% indicó que no siempre se conocen cuáles son sus metas mensuales, el 85,71% que no siempre cumplen con sus metas otorgadas por su jefe inmediato, y el 50% desconoce el monto que debe cobrar a los usuarios mensualmente, ante ello se llegó a la conclusión que con la implementación de un sistema de BI ejecutado paso a paso con la supervisión de expertos se generaran reportes más eficientes que ayudaran a tener información más precisa para la toma de decisiones y de esa manera los colaboradores tengan conocimiento de sus actividades.

Céspedes (2017), en su investigación planteó como propósito principal Elaborar una solución de inteligencia de negocios para el soporte a la toma de

decisiones en cobranzas en la empresa EPSEL S.A. zona Reque, para su desarrollo se empleó una investigación de nivel descriptiva – propositiva, con diseño no-experimental, para recolectar información se usó como técnicas una entrevista, encuesta y análisis documental, teniendo como muestra a 4 colaboradores. Obteniendo como resultados que, es demasiado largo el tiempo en que se procesa la información aproximadamente 32 a 40 horas, además se encontró que son pocos los colaboradores responsables en obtener la información comercial, tales como facturar cargos, cobranzas por servicios y por total. Por ende, se concluyó que, si la empresa de estudio elabora un sistema de inteligencia de negocios para tomar buenas decisiones en sus cobranzas, se tendrá información gerencial en tiempo real, además se podrá generar un menor costo en la elaboración de su reporte y además se tendrá información precisa para ser analizada en el tiempo preciso.

1.3. Teorías relacionadas al tema.

1.3.1. Inteligencia de negocios

Ahumada y Perusquia (2016), lo definen como el grupo de herramientas, acciones y estrategias que se enfocan en crear y administrar el conocimiento a través del análisis de información que existe en una empresa u organización

Curto (2017), lo define como la creación, administración y procesamiento de datos mediante un grupo de herramientas que son de vital importancia para la toma de decisiones hacia los usuarios de una organización o negocio.

Cano (2007), lo definen como el conjunto de herramientas que permiten obtener datos relevantes en los procesos para tomar decisiones, cuyo fin es brindar apoyo tanto de manera continua y sostenible a negocios u organizaciones, ayudándolos a tener mejoras en su competitividad.

1.3.1.1. Beneficios de inteligencia de negocios

Curto (2017), da a conocer los siguientes beneficios de BI:

a) Establece circuitos virtuosos de información, es decir transforma datos en información con el fin de producir buenos conocimientos para la toma de decisiones que luego son interpretados en resultados que se desean obtener y producen datos actuales.

b) Ayuda a proporcionar percepciones exclusivas, conformadas, reales, perseverantes e información de calidad y limpia.

c) Ayuda a contribuir datos renovados y relevantes tanto detallados como agregados, y además es de vital importancia para el progreso competitivo de la organización.

Por su parte, Cano (2007), afirma los siguientes beneficios:

a) Tangibles, como la generación de liquidez o rentabilidad, ya que se reduce el tiempo en procesar la información para tomar buenas decisiones disminuyendo costos.

b) Intangibles, Debido a que se obtiene adecuada información que está disponible para tomar buenas decisiones, haciendo que más colaboradores la utilicen, lo que conlleva a incrementar su competitividad en la organización.

c) Estratégicos, hace referencia a cada beneficio que permite realizar estrategias con los mercados, consumidores o productos.

1.3.1.2. Fases proceso de inteligencia de negocios

Kimball y Ross (2011), dan a conocer las siguientes fases para el proceso de BI:

a) Extracción, es la encargada de la recolección, procesamiento y producción de información veraz para la organización a través de sistemas transaccionales, cuyo fin es hacer que se cumplan diversos elementos y requisitos que emplean las organizaciones en cada operación diaria.

Esta fase es de vital importancia en el ámbito administrativo y comercial, tales como contabilidad, cobranzas, facturaciones, entre otros ya que brindan una solución óptima a los problemas de una empresa, debido a que genera información específica o general según lo que desee la empresa, pero genera informes de manera diaria, semanas o mensual, para que se cumplan las metas.

b) Consolidación, es la encargada de elegir la información que se procesa mediante un sistema transaccional, cargando los datos que se requieren en la bodega de información para que se realice los diversos análisis que solicite la

gerencia para tomar decisiones factibles y de esa manera genere una competitividad en la organización.

En esta fase es necesario el empleo de metodologías que brinden información depurada y limpia que permita de una manera sencilla la efectuación de un análisis, donde la metodología mayor empleada es kimball Ralph cuyo fin es crear datos mart, que ayuden a responder a una necesidad determinada por una área o departamento en específico y luego incorpore otros datos mart que generen bodegas de datos.

c) Explotación, es la encargada de emplear todas las herramientas existentes para tener listo los datos y de esa manera los usuarios se beneficien con la información procesada formalmente,

En esta fase es necesario tener cubos OLAP como la herramienta principal para explotar cual tiene que proveerlo de real información para tomar mejores decisiones estratégicas en una organización o negocio, es decir se puede plasmar jerarquías que faciliten la información sistemáticas y relevantes que apoyen a realizar un análisis vigoroso basado en informes.

d) visualización, luego de realizarse la fase de explotación y trabajar con necesarias herramientas para su proceso, en esta fase se puede brindar mejoras en las anteriores fases, permitiendo mejorar las visualizaciones de los diversos resultados y apoyando a ser capaz, idónea y grafica sobre cómo está la organización o negocio.

1.3.1.3. Metodologías ágiles para un sistema de BI

López y Guerrero (2018), da a conocer las siguientes metodologías ágiles:

a) Scrum, considerado como el proceso liviano y ágil que es muy útil para controlar y administrar el desarrollo de un software, siendo realizado de manera incremental e iterativa. Se le denomina iteración al ciclo corto de repetitiva construcción, donde cada uno termina con cada pieza del software ejecutado e incorporada a una funcionalidad nueva. Su duración esta entre dos a cuatro semanas.

b) Extreme Programming (XP) es considerado como una de las programaciones extremas que se basan en una diversidad de principios y reglas que se han empleado desde toda la historia de los softwares, siendo aplicado con la finalidad que se cree un proceso metodológico ágil, donde se le brinde énfasis a cada tarea que brinden valor y eliminen procedimientos que generen burocracia.

c) Crystal Clear, considerada la metodología, donde se establece diversos códigos de colores como las definiciones de las complejidades de las mismas, para ello si el color es mayor oscura, el método será mayor pesado. Por ende, cuando mayor crítico sea el sistema se necesitará un mayor rigor. Asimismo, se sugiere la definición de un tipo de color para cada proyecto en relación a su tamaño y criticidad, es decir no hay ninguna metodología en general, sino hay una metodología para cada proyecto.

1.3.1.4. Dimensiones

Ahumada y Perusquia (2016), consideras las siguientes dimensiones que son de vital importancia para la inteligencia de negocios:

a) Sistemas de información, considerado como los elementos electrónicos que se utilizan para obtener información, tales como sistemas operativos, estratégicos y bases de datos, los mismos que influyen en el proceso del negocio y en cada implicación práctica para generar conocimientos, de forma que todos los sistemas se empleen para que se lleve a cabo las operaciones de un negocio u organización

b) La innovación, considerada como la operación o acción que promueve la mejora continua de un servicio o producto que genera una organización, ya sean administrativos, operacionales, tecnológicos o de estrategias empresariales. Donde se lleve a cabo una investigación y desarrollo de mejores servicios y procesos en una empresa y concentrando y acumulando información en cada proceso productivo.

c) Activos intangibles, considerado cada bien de un negocio u organización que no es representado de manera física, tales como el capital humano que se constituye por el conocimiento y experiencia de los colaboradores, capital estructural compuesto por la base de datos, programas, equipos, procesos,

estructura de la organización y todo lo que comprende a las capacidades de la organización; y el capital cliente representa cada relación que se desarrolla con los usuarios importantes para el negocio.

1.3.2. Toma de decisiones

Rodríguez (2014), lo define como el proceso formal que parte de las estrategias y objetivos de una empresa donde los colaboradores logran identificar decisiones que consideren la mejor, para dar solución de una forma efectiva a un determinado problema, brindar oportunidades o evitar riesgos empresariales

Para, Pilar (2013), es el proceso empresarial que comienza cuando se identifican problemas que necesitan de soluciones basadas en informaciones veraces, prontas y expeditas, de tal manera que se escoja la mejor solución. Además, se debe involucrar controles y evaluaciones para un proceso de toma de decisiones en flujos de mejoras continuas.

Por su parte, Álvarez (2015), lo define como el grado gerencial donde se trata de reducir tiempo en su proceso sin que se pierda la calidad de cada decisión, por ende pueden ser complejas o simples con efectos sobre las diversas actividades que envuelven al decisor, además se sabe que la alta gerencia toma decisiones diarias ya sean de rutina o no tan comunes, volviéndolas más complejas.

1.3.2.1. Importancia de la toma de decisiones

Para Álvarez (2015), el proceso de tomar decisiones es de vital importancia, en el momento de circunstancias de incertidumbre, certeza y riesgos que señalan que los problemas tienen que ser valorados extremadamente para elegir el camino mejor a seguir de las diversas alternativas u opciones

Por su parte Pilar (2013), menciona que el proceso es de suma importancia debido a que ayuda a la alta gerencia a sostener la coherencia y armonía del negocio y asimismo su eficiencia.

1.3.2.2. Proceso de Toma de decisiones

Rodríguez (2014), da a conocer el proceso para tomar decisiones:

- **Identificar el problema**, se debe identificar para que se pueda hallar alternativas o soluciones
- **Analizar del problema**, aquí se analiza y se intenta hallar las diversas causas y consecuencias, tratando de conseguir la cantidad más alta de información sobre la problemática
- **Evaluar o estudiar alternativas u opciones**, aquí el decisor se debe enfocar en poder determinar las mejores soluciones u opciones para la problemática encontrada.
- **Seleccionar la mejor opción**: ya encontradas las soluciones posibles el decisor tiene que escoger la que mejor se adecue al problema encontrado.
- **Practicar las medidas tomadas**, en el momento en que el decisor pone en práctica la opción tomada se tiene que observar la problemática poco a poco conforme se solucione.
- **Evaluar el resultado**, aquí el decisor tiene que realizar una evaluación de los resultados obtenidos con su decisión tomada para brindar solución a la problemática

1.3.2.3. Tipos de decisiones

Rodríguez (2014), menciona los siguientes tipos de decisiones que existen en una organización:

a) Estructuradas, son las decisiones rutinarias y repetitivas, que poseen procedimientos determinados para su solución, por ende, al instante de tomarlas no se debe considerar como si fueran innovadoras

b) No estructuradas, son tomadas cuando existen problemas u obstáculos que salen de lo rutinario o habitual, también llamadas no programadas, debido a que trabajan con problemáticas de manera originales y son varias veces problemáticas de vital importancia que requieren de este tipo de decisión.

c) semiestructuradas: en este tipo solo una parte de la problemática tiene respuestas precisas o adecuadas proporcionadas por procedimientos

aceptados y la otra parte de la problemática tiene que evaluarse por de decidor para intentar buscar respuestas.

1.3.2.4. Incertidumbre en la toma de decisiones

Álvarez (2015), menciona que las incertidumbres en los procesos para tomar decisiones prevalecen cuando el decisor no posee con la información necesaria y oportuna para que asigne probabilidades a brindar alternas soluciones

Para Pilar (2013), las incertidumbres son las antagonistas de los riesgos, debido a que no se pueden integra de manera fácil al proceso para tomar decisiones.

1.3.2.5. Dimensiones

Rodríguez (2014), da a conocer las siguientes dimensiones de la toma de decisiones:

- a) **Proceso**, considerado como la continuidad de actividades que los sistemas emplean para brindar resultados a los usuarios partiendo de la utilización de diversos recursos para impulsar el talento humano. Es decir, constituyen la cultura de servicio del negocio, con tareas y actividades que son ejecutadas mediante un servicio o producto, con el fin de satisfacer al usuario.
- b) **Objetivos**, considerados el paso inicial para obtener resultados que deben ser medibles y contrastables, es decir deben ser de vital ayuda para cumplir las metas deseadas en un determinado tiempo, siendo la base para planificar tareas. Por ende, cuando los objetivos se trazan de manera errada suelen fracasar antes de que se inicie.
- c) **Estrategias**, están enfocadas en la búsqueda de un plan para el desarrollo y sostenibilidad de ventajas competitivas, que este en un proceso continuo. por ende, el negocio interactuar con su entorno, extendiendo sus recursos principales para lograr alcanzar los objetivos, tomando decisiones buenas y oportunas.

1.4. Formulación del Problema.

¿De qué manera las estrategias de inteligencia de negocios mejoran la toma de decisiones en el área de ventas en la Institución Educativa Privada San Agustín, en el Distrito de Motupe, 2019?

1.5. Justificación e importancia del estudio.

Bernal (2010) menciona que una investigación puede justificarse de forma teórica, práctica y metodológica

Por ello, la presente investigación se justifica de forma teórica, ya que se optó por indagar y plasmar diversa información teórica relevante y necesaria para desarrollar ambas variables estudiadas, donde para la variable inteligencia de negocios se basó en los conceptos de Ahumada y Perusquia (2016), quien lo definen como el grupo de herramientas, acciones y estrategias que se enfocan en crear y administrar el conocimiento a través del análisis de información que existe en una empresa u organización y para toma de decisiones se optó por el autor Rodríguez (2014), quien lo define como el proceso formal que parte de las estrategias y objetivos de un empresas donde los colaboradores logran identificar decisiones que consideren la mejor, para dar solución de una forma efectiva a un determinado problema, brindar oportunidades o evitar riesgos empresariales

Asimismo, es justifica de forma metodológica, debido a que para su desarrollo se empleara una metodología de enfoque cuantitativo, con diseño no experimental, de tipo descriptiva-propositiva, además para recolectar información estadística se utilizara como técnica una encuesta, con su instrumento un cuestionario aplicado a 30 colaboradores.

Por último, es justifica de forma práctica, debido a que se propondrán estrategias de inteligencia de negocios, para mejorar de esa manera mejorar la toma de decisiones en el área de ventas de la I.E. estudiada siendo de gran beneficio para los decisores y además para los colaboradores, ya que obtendrán información de manera precisa y en un menor tiempo. También servirá de antecedente para estudios futuros con las mismas variables en instituciones de la misma actividad económica ya que van a tener conocimientos y material de apoyo.

La inteligencia de negocios es de vital importancia ya que es de gran ayuda para el análisis de información y con ella poder extraer conclusiones. Asimismo, brinda un análisis de manera instantánea y en tiempo real para tomar buenas decisiones, no obstante, la I.E. puede emplear el proceso de análisis para tener mejoras continuas y ser más competitiva, con las buenas decisiones que se tomen.

1.6. Hipótesis.

Las estrategias de inteligencia de negocios si mejoran la toma de decisiones en el área de ventas en la Institución Educativa Privada San Agustín, en el Distrito de Motupe, 2019

1.7. Objetivos.

1.7.1. Objetivos General.

Proponer estrategias de inteligencia de negocios para mejorar la toma de decisiones en el área de ventas en la Institución Educativa Privada San Agustín, en el Distrito de Motupe, 2019.

1.7.2. Objetivos Específicos

Diagnosticar las estrategias de inteligencia de negocios en el área de ventas en la Institución Educativa Privada San Agustín, en el Distrito de Motupe, 2019

Describir la toma de decisiones en el área de ventas en la Institución Educativa Privada San Agustín, en el Distrito de Motupe, 2019

Diseñar estrategias de inteligencia de negocios para mejorar la toma de decisiones en el área de ventas en la Institución Educativa Privada San Agustín, en el Distrito de Motupe, 2019

II. MATERIAL Y MÉTODO

2.1. Tipo y Diseño de Investigación.

2.1.1. Tipo de investigación

Enfoque cuantitativo: Hernández, Fernández, y Baptista (2014), menciona que este enfoque se emplea para obtener información de medida numérica, que se basa en el conocimiento de sucesos en tiempo real para lograr los propósitos planteados a través análisis estadísticos, cuya finalidad es formar grupos de modelos de conducta y asimismo poder compararlo con diversas bases teóricas.

Tipo descriptiva: Hernández et al. (2014), indica que es empleada cuando se desea describir información recolectada de manera agrupada sobre las diversas variables de estudio, asimismo es de gran ayuda para que se realice la comprobación de hipótesis o se explique algunas interrogantes que tienen relación con el tema estudiado de los sujetos investigados.

Por ende, el presente estudio se desarrollará basado en un enfoque cuantitativo, de tipo descriptivo, ya que se obtendrá datos estadísticos con el fin de diagnosticar si se emplean estrategias de inteligencia de negocio y describir la toma de decisiones actuales en la institución estudiada y con ello poder plantear estrategias de mejoras.

2.1.2. Diseño de investigación

No-experimental, Palella y Martins (2003), menciona que es desarrollada sin que se manipule de manera deliberada ninguna de las variables estudiadas, es decir no son sustituidas de manera intencional, por ende, solo se observan tal y como están en su ambiente natural y en un tiempo específico, para luego analizarse.

Por tal motivo, la investigación presente se desarrollará a través de un diseño no experimental, debido a que no se manipulará ni la variable inteligencia de negocios, ni toma de decisiones, solo serán analizadas en su ambiente natural.

2.2. Población y muestra.

2.2.1. Población.

Hernández et al. (2014), menciona que es el conjunto de sujetos finitos o infinitos que sirven para ser analizadas o estudiados, quienes poseen comunes y similares características.

Basado en ello, en la investigación presente se tiene como población:

Tabla 1.
Población del personal de la IEP

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD
Administrativos	1
Auxiliares	3
Limpieza	2
Seguridad	2
Total	8

Fuente: I.E.P. San Agustín

Tabla 2.
Población de docentes de la IEP

DOCENTES	CANTIDAD
Inicial	5
Primaria	10
Secundaria	9
Cebas	5
Total	29

Fuente: I.E.P. San Agustín

En base a ello la I.E.P. San Agustín tiene como población a 37 colaboradores en la actualidad.

2.2.2. Muestra.

Hernández et al. (2014), indica que es el subconjunto de la totalidad de una población de los cuales se obtendrán datos estadísticos, por ende tienen que ser representativos del total, siendo delimitados o definidos de forma precisa.

En la investigación presente se trabajará con el total de la población debido a que los colaboradores de la I.E.P. San Agustín, son menores a 100 y se tiene acceso a cada uno; no se realizará ningún cálculo para obtener la muestra, por ello se tomará en cuenta a todos los docentes siendo un total de 29, quienes muchas veces son decisores y considerando que un docente por cada nivel educativo también es director y a la vez docente, además al personal administrativo siendo 1, es decir entre el total de docentes y personal administrativo suman un total de 30 quienes serán los sujetos de investigación a considerar como población.

2.3. Variables, Operacionalización.

2.3.1. Variable.

Variable independiente: Inteligencia de negocios, Ahumada y Perusquia (2016), lo definen como el grupo de herramientas, acciones y estrategias que se enfocan en crear y administrar el conocimiento a través del análisis de información que existe en una empresa u organización.

Variable dependiente: Toma de decisiones, Rodríguez (2014), lo define como el proceso formal que parte de las estrategias y objetivos de una empresa donde los colaboradores logran identificar decisiones que consideren la mejor, para dar solución de una forma efectiva a un determinado problema, brindar oportunidades o evitar riesgos empresariales

2.3.2. Operacionalización.

Tabla 3.

Variable: Inteligencia de negocios

Variable	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Técnica / Instrumento
Inteligencia de negocios	Sistemas de Información	Operativo	01, 02	Encuesta/ cuestionario
		Estrategia	03, 04	
		Base de datos	05, 06	
		Investigación y desarrollo	07, 08	
	Innovación	Mejores servicios	09, 10	
		Mejores procesos	11, 12	
		Capital humano	13, 14	
	Activos intangibles	Capital Estructural	15, 16	
		Capital Cliente	17	

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 4.*Variable: Toma de decisiones*

Variable	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Técnica / Instrumento
Toma de decisiones	Procesos	Impulsar el talento humano	18, 19	Encuesta/ cuestionario
		Actividades o tareas	20, 21	
		Satisfacer expectativas	22, 23	
		Meta	24, 25	
	Objetivos	Tiempo	26	
		Resultados	27	
		Recursos	28, 29	
		Estrategias	Decisiones	
Proceso continuo	31			

Fuente: Elaboración propia.

2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.

2.4.1. Técnicas

Encuesta; Hernández et al. (2014), mencionan que es la técnica que se emplea con más frecuencia, para recolectar información de diversos elementos de estudio, donde se plasman diversas preguntas, las mismas que se aplican a una determinada muestra o población, para conocer sus opiniones y mediante ello realizar respectivas conclusiones en una investigación.

Por tal motivo en la investigación presente se aplicará una encuesta al total de 30 colaboradores, con el fin de conocer en que medida se emplea la inteligencia de negocio y cómo repercute en la toma de decisiones de la I.E.P. San Agustín, en el Distrito de Motupe, 2019

2.4.2. Instrumentos

Cuestionario; Hernández et al. (2014), lo definen como el conjunto de interrogantes que se elaboran para recolectar información de una a más variables de estudio, con el fin de dar respuesta a los propósitos planteados en un estudio determinado.

Por ende, en la presente investigación se empleará como instrumento un cuestionario conformados por 17 interrogantes para la variable inteligencia de negocios y 14 interrogantes para la variable toma de decisiones.

2.4.3. Validez

El instrumento de recolección de datos será debidamente validado por tres expertos que tengan dominio y conocimiento del tema de estudio.

Tabla 5.

Validación de expertos.

Expertos	Nombre Completo	TA / TD	TOTAL
Experto uno	Dr. Abraham José García Yovera	31/0	1
Experto tres	Mg. Ericka Julissa Suysuy Chambergo	31/0	1
Experto dos	Dra. Emma Verónica Ramos Farroñan	31/0	1
Total			3

Fuente: Elaboración propia

2.4.4. Confiabilidad

De acuerdo con Hernández et al. (2014), el propósito de la confiabilidad es que el instrumento de medición, logre los mismos resultados, siendo aplicados varias veces a un grupo de sujetos de estudio en tiempos distintos.

Tabla 6.
Prueba de confiabilidad de la variable independiente.

Alfa de Cronbach	N de elementos
0,860	17

Fuente: Programa estadístico SPSS25

Tabla 7.
Prueba de confiabilidad de la variable dependiente.

Alfa de Cronbach	N de elementos
0,913	14

Fuente: Programa estadístico SPSS25

2.5. Procedimiento de análisis de datos.

Para el presente estudio, se aplicará como técnica una encuesta a 30 colaboradores de la I.E.P San Agustín, en el Distrito de Motupe, basada en 31 interrogantes, donde cada uno se basará en una escala del 0 al 4 donde 0 (Nunca), 1 (Casi nunca), 2 (Algunas Veces), 3 (Casi siempre), 4 (Siempre), de la misma manera para la consolidación de información se utilizará el programa Microsoft Excel 2019, y para su debido procesamiento de confiabilidad y elaboración de gráficos y tablas de empleará el Programa estadístico SPSS v.25.

Además, para el análisis de tablas y figuras se agruparán las dimensiones, en base al siguiente baremo:

Tabla 8.
Baremo de la variable independiente.

	Dimensión 01: Sistemas de Información	Dimensión 02: Innovación	Dimensión 03: Activos intangibles	Variable Inteligencia de negocios
Ítems	6	6	5	17
min	0	0	0	0
Max	24	24	20	68
Rango	24	24	20	68
categoría	3	3	3	3
amplitud	8	8	6.7	22.7
Bajo	8	8	7	23
Medio	16	16	13	45
Alto	24	24	20	68

Fuente: Elaboración propia

Tabla 9.
Baremo de la variable dependiente.

	Dimensión 01: Procesos	Dimensión 02: Objetivos	Dimensión 03: Estrategias	Variable toma de decisiones
Ítems	6	4	4	14
min	0	0	0	0
Max	24	16	16	56
Rango	24	16	16	56
categoría	3	3	3	3
amplitud	8	5.3	5.3	18.7
Bajo	8	5	5	19
Medio	16	11	11	37
Alto	24	16	16	56

Fuente: Elaboración propia

2.6. Aspectos éticos

Álvarez (2018), lo define como las implicaciones que los investigadores sostienen, ya sean negativas o positivas, haciendo referencia al beneficio o daño que son capaz de ocasionar en el ambiente de investigación, por ende el presente estudio se desarrollara en base a lo siguiente:

Beneficencia: Ya que se busca el bienestar común de cada integrante encuestado de la I.E.P, San Agustín, intentando buscar de alguna u otra manera sean beneficiados, con la presente investigación

No maleficencia: la investigación presente se desarrollará, solo fines de estudio, por tal motivo, no existe ninguna intención de ocasionar algún daño en los colaboradores de la I.E.P, San Agustín.

Justicia: basado en los principios de justicia en el presente estudio se tiene como población a 30 colaboradores siendo el total de la I.E.P, San Agustín, sin ninguna distinción de su género, debido a que todos son representantes de una unidad no vulnerable, buscando igualdad para cada uno.

2.7. Criterios de Rigor científico.

Credibilidad: Debido a que se busca de manera constante incrementar las posibilidades de que todos los datos obtenidos sean veraces y verdaderos, donde todos los resultados se conozcan como efectivos.

Transferibilidad: Ya que existe la posibilidad de que se empleen resultados originales y verdaderos siendo de interés y vital importancia para el estudio.

Dependencia: Se está completamente seguro de que la toma de decisiones en el área de ventas de la I.E.P, San Agustín depende de las estrategias de inteligencia de negocios que emplea la I.E.

III.RESULTADOS

3.1. Tablas y Figuras

Referente al objetivo 01: Diagnosticar las estrategias de inteligencia de negocios en el área de ventas en la Institución Educativa Privada San Agustín, en el Distrito de Motupe, 2019.

Tabla 10.

Dimensión 01: Sistemas de Información.

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	8	26,7%
Medio	16	53,3%
Alto	6	20,0%
Total	30	100,0%

Fuente: Instrumento aplicado a colaboradores de la I.E.P, San Agustín

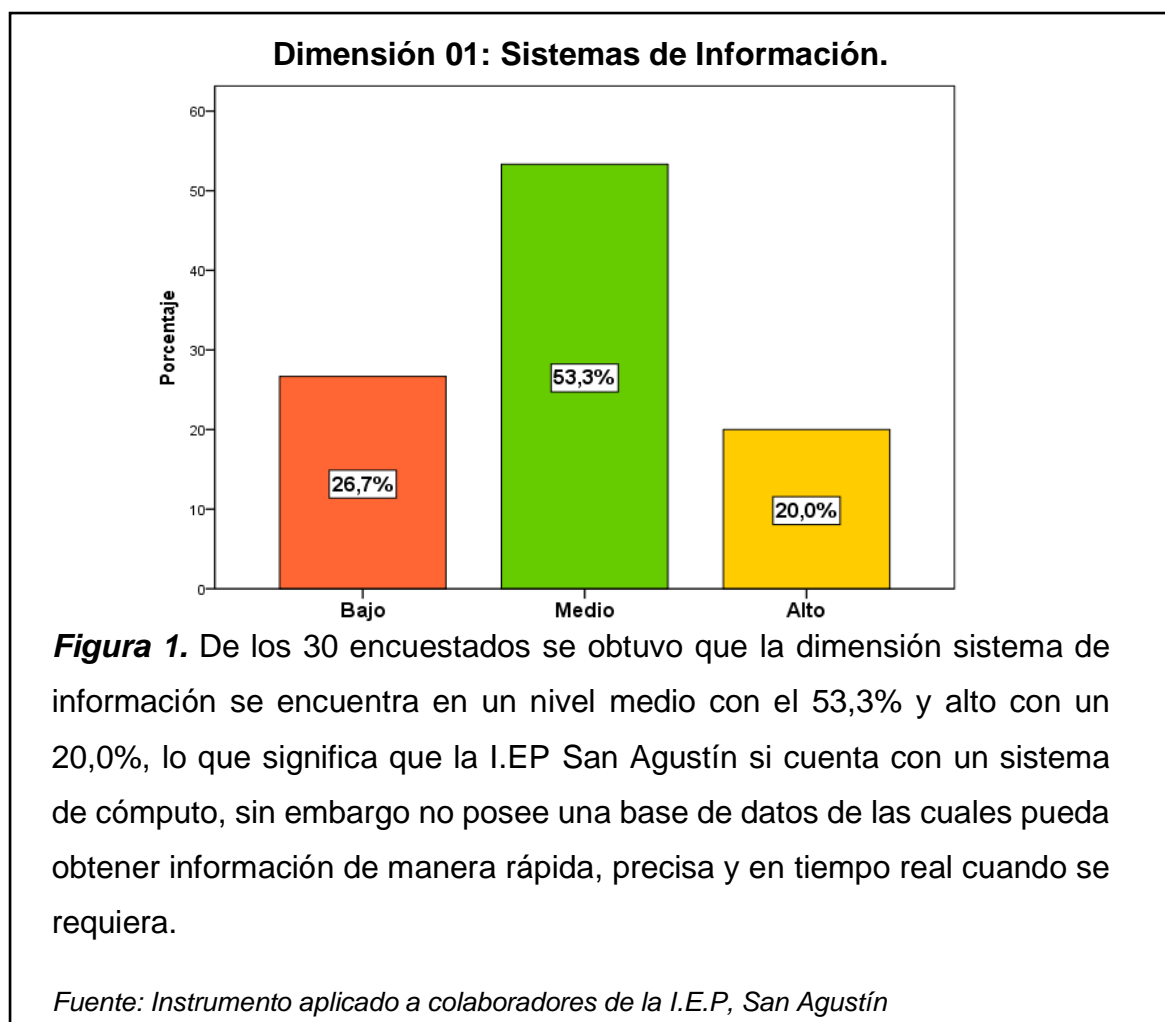


Tabla 11.
Dimensión 02: Innovación.

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	18	60,0%
Medio	12	40,0%
Total	30	100,0%

Fuente: Instrumento aplicado a colaboradores de la I.E.P, San Agustín

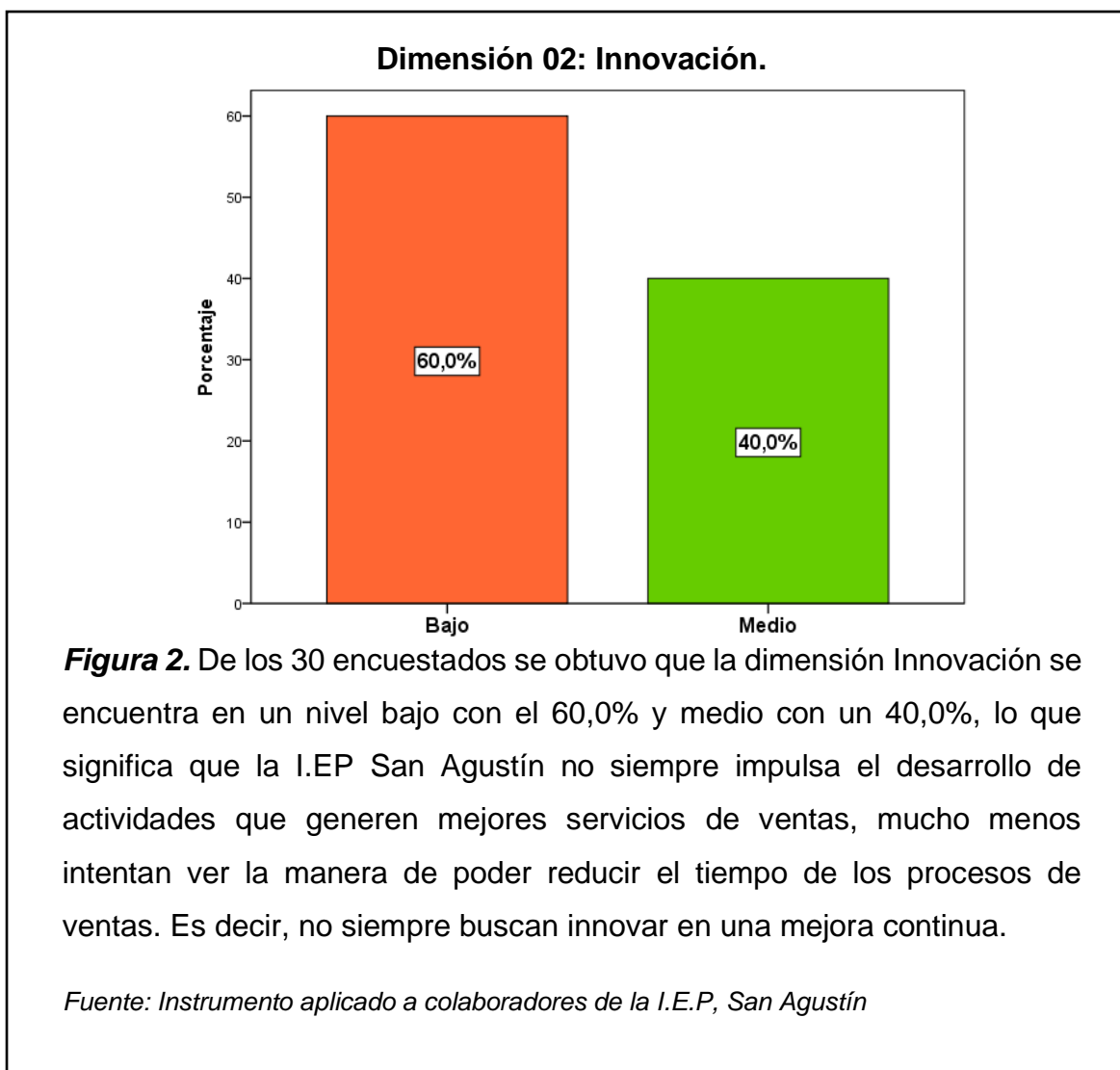


Tabla 12.
Dimensión 03: Activos intangibles.

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	18	60,0%
Medio	12	40,0%
Total	30	100,0%

Fuente: Instrumento aplicado a colaboradores de la I.E.P, San Agustín

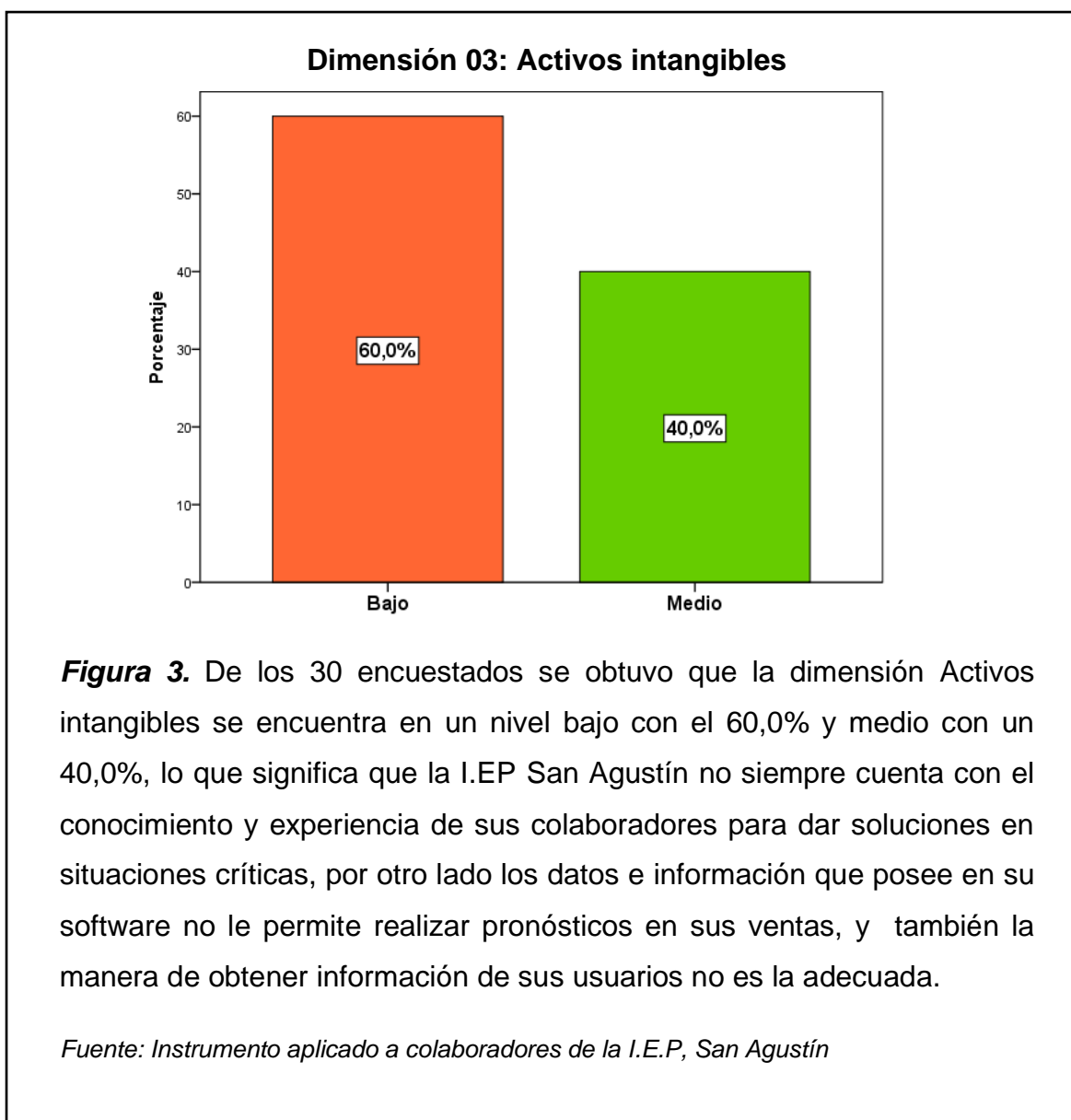
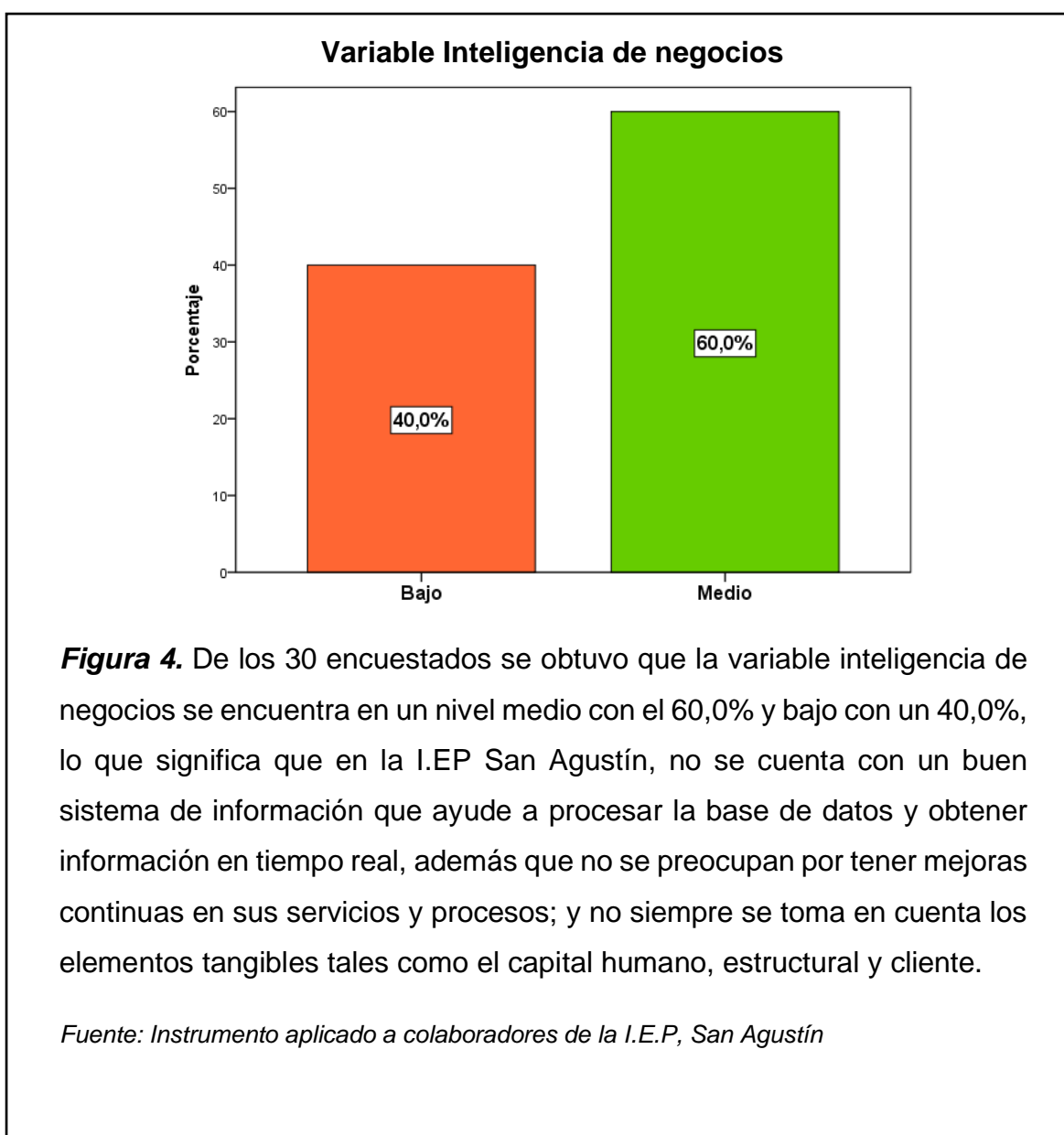


Tabla 13.
Variable Inteligencia de negocios.

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	12	40,0%
Medio	18	60,0%
Total	30	100,0%

Fuente: Instrumento aplicado a colaboradores de la I.E.P, San Agustín



Referente al objetivo 02: Describir la toma de decisiones en el área de ventas en la Institución Educativa Privada San Agustín, en el Distrito de Motupe, 2019

Tabla 14.
Dimensión 01: Procesos.

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	16	53,3%
Medio	14	46,7%
Total	30	100,0%

Fuente: Instrumento aplicado a colaboradores de la I.E.P, San Agustín

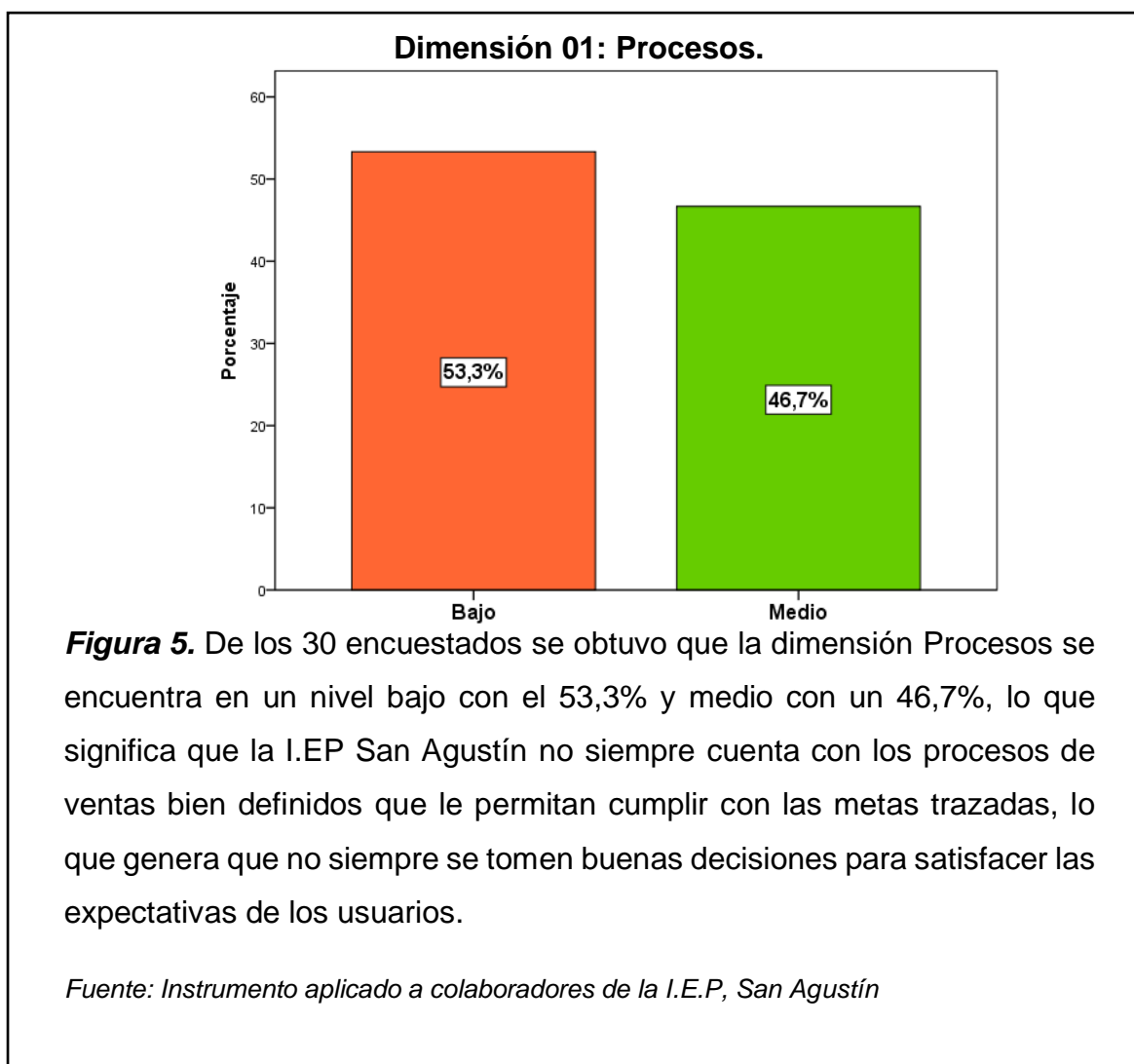


Tabla 15.
Dimensión 02: Objetivos.

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	24	80,0%
Medio	6	20,0%
Total	30	100,0%

Fuente: Instrumento aplicado a colaboradores de la I.E.P, San Agustín

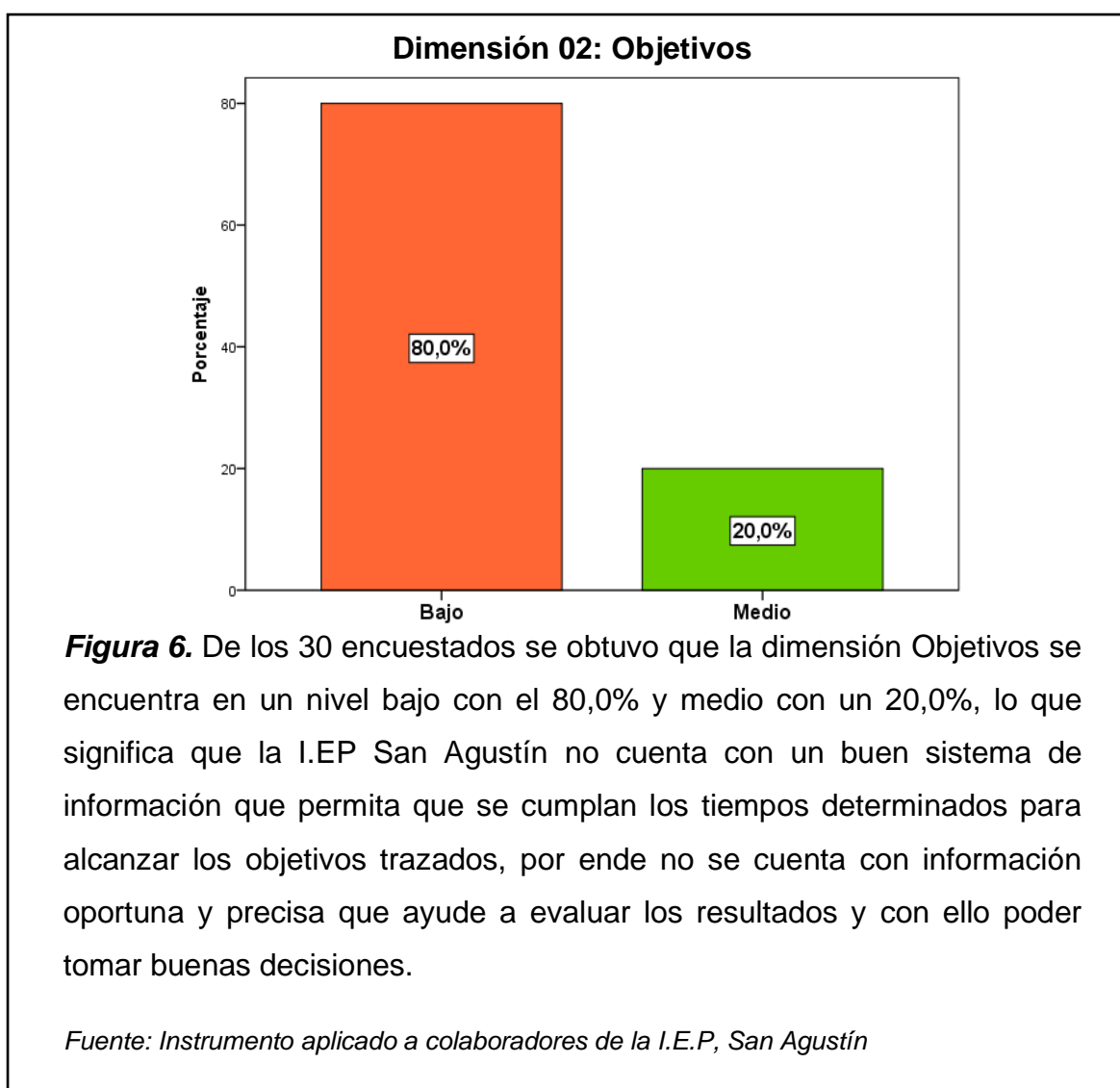


Tabla 16.
Dimensión 03: Estrategias.

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	18	60,0%
Medio	12	40,0%
Total	30	100,0%

Fuente: Instrumento aplicado a colaboradores de la I.E.P, San Agustín

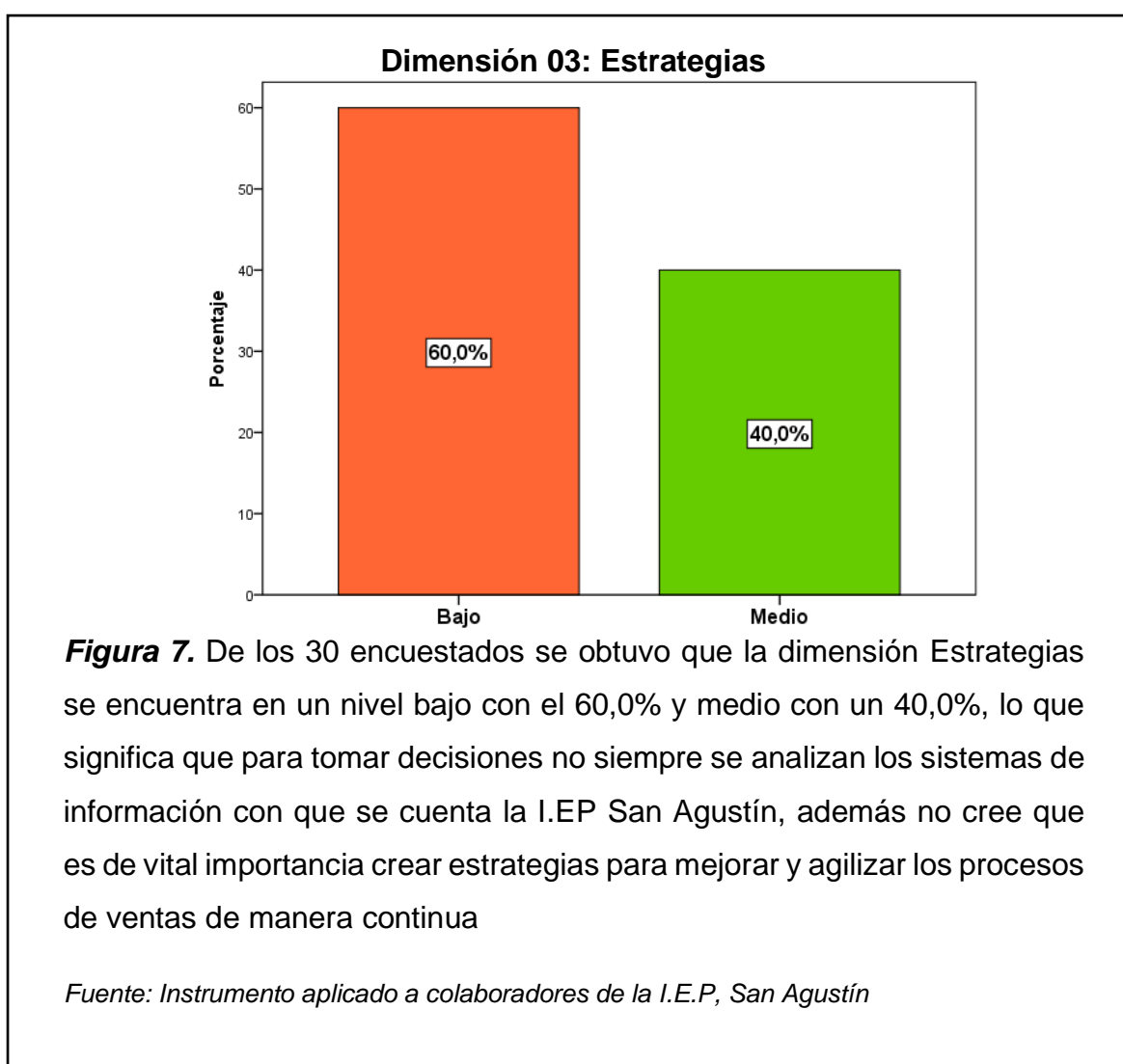
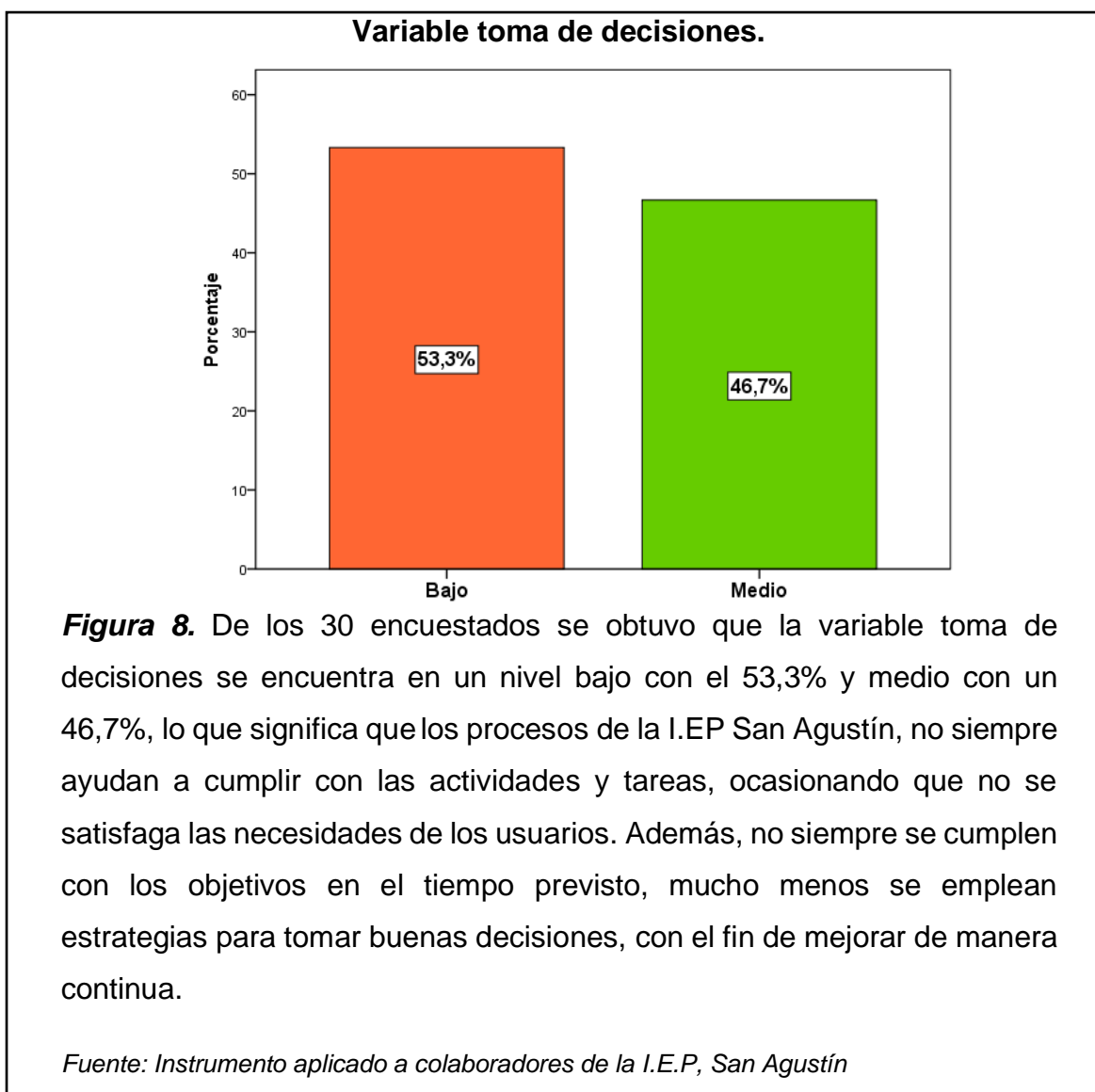


Tabla 17.
Variable toma de decisiones.

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	16	53,3%
Medio	14	46,7%
Total	30	100,0%

Fuente: Instrumento aplicado a colaboradores de la I.E.P, San Agustín



3.2. Discusión de resultados

Para recolectar datos relevantes en la presente investigación se aplicó como técnica una encuesta a 30 colaboradores, donde a continuación se discutirán la información obtenida de mayor impacto sobre inteligencia de negocio y toma de decisiones:

En referencia al objetivo 01: Diagnosticar las estrategias de inteligencia de negocios en el área de ventas en la Institución Educativa Privada San Agustín, en el Distrito de Motupe, 2019.

Se encontró que las estrategias están en un nivel medio con el 60,0% y bajo con un 40,0%, lo que significó que en la I.EP San Agustín, no se cuenta con un buen sistema de información que ayude a procesar la base de datos y obtener información en tiempo real, además que no se preocupan por tener mejoras continuas en sus servicios y procesos; y no siempre se toma en cuenta los elementos tangibles tales como el capital humano, estructural y cliente.

Debido a que en el análisis por dimensión se encontró que la dimensión sistema de información se encuentra en un nivel medio con el 53,3% y alto con un 20,0%, lo que significa que la I.EP San Agustín si cuenta con un sistema de cómputo, sin embargo no posee una base de datos de las cuales pueda obtener información de manera rápida, precisa y en tiempo real cuando se requiera.

La dimensión Innovación se encuentra en un nivel bajo con el 60,0% y medio con un 40,0%, lo que significa que la I.EP San Agustín no siempre impulsa el desarrollo de actividades que generen mejores servicios de ventas, mucho menos intentan ver la manera de poder reducir el tiempo de los procesos de ventas. Es decir, no siempre buscan innovar en una mejora continua

Y la dimensión Activos intangibles se encuentra en un nivel bajo con el 60,0% y medio con un 40,0%, lo que significa que la I.EP San Agustín no siempre cuenta con el conocimiento y experiencia de sus colaboradores para dar soluciones en situaciones críticas, por otro lado los datos e información que posee en su software no le permite realizar pronósticos en sus ventas, y también la manera de obtener información de sus usuarios no es la adecuada.

Ello se puede contrastar con el antecedente de Rodríguez, Ospina, y Camelo (2019), en su investigación realizada en Colombia, quienes, llegaron a la conclusión que la utilización de un sistema de inteligencia de negocios permite tener una información de manera oportuna, eficaz y rápida en el negocio, asimismo ayuda a incrementar la productividad de sus líderes y colaboradores quienes son los responsables de realizar reportes constantes, logrando cumplir sus metas empresariales debido poseen instrumentos para ejercer un análisis y control de todo el negocio.

Además, se puede comparar con el trabajo previo de Li (2019), en su investigación realizada en Lima, obtuvo como resultados que la percepción de los colaboradores fue baja en un 87,5%, teniendo retrasos en la obtención de información sobre las ventas que se realizan, por ende, se concluyó que, si la empresa de estudio implementa un sistema de inteligencia de negocios, tendrá un efecto significativo y positivo para pronosticar las ventas en la empresa estudiada.

En referencia al objetivo 02: Describir la toma de decisiones en el área de ventas en la Institución Educativa Privada San Agustín, en el Distrito de Motupe, 2019

Se encontró que la toma de decisiones está en un nivel bajo con el 53,3% y medio con un 46,7%, lo que significa que los procesos de la I.EP San Agustín, no siempre ayudan a cumplir con las actividades y tareas, ocasionando que no se satisfaga las necesidades de los usuarios. Además, no siempre se cumplen con los objetivos en el tiempo previsto, mucho menos se emplean estrategias para tomar buenas decisiones, con el fin de mejorar de manera continua.

Debido a que en el análisis por dimensión, se obtuvo que la dimensión Procesos se encuentra en un nivel bajo con el 53,3%, lo que significa que la I.EP San Agustín no siempre cuenta con los procesos de ventas bien definidos que le permitan cumplir con las metas trazadas, lo que genera que no siempre se tomen buenas decisiones para satisfacer las expectativas de los usuarios.

La dimensión Objetivos se encuentra en un nivel bajo con el 80,0%, lo que significa que la I.EP San Agustín no cuenta con un buen sistema de información que permita que se cumplan los tiempos determinados para alcanzar los objetivos

trazados, por ende no se cuenta con información oportuna y precisa que ayude a evaluar los resultados y con ello poder tomar buenas decisiones.

Y la dimensión Estrategias se encuentra en un nivel bajo con el 60,0%, lo que significa que para tomar decisiones no siempre se analizan los sistemas de información con que se cuenta la I.EP San Agustín, además no cree que es de vital importancia crear estrategias para mejorar y agilizar los procesos de ventas de manera continua.

Ello se puede contrastar con el antecedente de Picón y Yarleque (2018), en su investigación realizada en Lima, obtuvo como resultados que el 57% no están de acuerdo con los sistemas que se emplean para tomar decisiones, con ello se logró concluir que con el sistema de BI la empresa podrá reducir sus tiempos para la elaboración de sus productos de 1238.30 minutos a 2.63, además se logró reducir de manera considerable el tiempo para realizar un análisis de la información que se obtiene de 315.07 minutos a 2.40, lo que permitió que los colaboradores ejecutivos tengan una mejor visibilidad para tomar sus decisiones.

Además se compara con la investigación de Diaz y Tocto (2019), quien obtuvo como resultados que existe demoras en el tiempo de entregar los reportes debido a que no se hacen por atributos, mucho menos el personal es responsable y los materiales se emplean con eficacia, con ello se logró concluir que la municipalidad cuenta con un sistema transaccional para elaborar sus reportes, teniendo un bajo impacto para la toma de decisiones, ya que se generan demoras en la obtención de información detallada.

De la misma manera todos los resultados pueden ser contrastados con Obando (2018), en su investigación obtuvo como resultados que el 100% indico que no siempre se conocen cuáles son sus metas mensuales, el 85,71% que no siempre cumplen con sus metas otorgadas por su jefe inmediato, y el 50% desconoce el monto que debe cobrar a los usuarios mensualmente, ante ello se llegó a la conclusión que con la implementación de un sistema de BI ejecutado paso a paso con la supervisión de expertos se generaran reportes más eficientes que ayudaran a tener información más precisa para la toma de decisiones y de esa manera los colaboradores tengan conocimiento de sus actividades.

3.3. Aporte científico

ESTRATEGIAS DE INTELIGENCIA DE NEGOCIOS PARA MEJORAR LA TOMA DE DECISIONES EN EL ÁREA DE VENTAS EN LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA PRIVADA SAN AGUSTÍN, EN EL DISTRITO DE MOTUPE, 2019

Por Martínez Flores Santa Ysabel -
Pacheco Chinchay Rosely

I. Fundamentación

Basada en los datos recolectados en la investigación presente se encontró que existen carencias en las estrategias de inteligencia de negocios debido a que no se cuenta con un buen sistema de información que ayude a procesar la base de datos y obtener información en tiempo real, además que no se preocupan por tener mejoras continuas en sus servicios y procesos; y no siempre se toma en cuenta los elementos tangibles tales como el capital humano, estructural y cliente, lo que dificulta tomar buenas decisiones en el área de ventas en la I.EP San Agustín

De la misma manera todo ello genera, que los procesos de ventas no se realicen de manera eficiente, por ende, no siempre se cumplan con los objetivos planificados y no se diseñen estrategias para una mejor toma de decisiones. Es decir, los procesos de la I.E.P San Agustín, no siempre ayudan a cumplir con las actividades y tareas, ocasionando que no se satisfaga las necesidades de los usuarios. Además, no siempre se cumplen con los objetivos en el tiempo previsto, mucho menos se emplean estrategias para tomar buenas decisiones, con el fin de mejorar de manera continua.

Por tal motivo en el presente apartado de este estudio, se diseñarán estrategias de inteligencia de negocios con el fin de generar mejoras en la toma de decisiones del área de ventas de la I.E.P San Agustín

II. Objetivos

2.1. Objetivo general.

Diseñar estrategias de inteligencia de negocios para mejorar la toma de decisiones en el área de ventas en la I.E.P. San Agustín, en el Distrito de Motupe, 2019

2.2. Objetivos específicos.

Determinar estrategias de inteligencia de negocios en el área de ventas en la I.E.P. San Agustín, en el Distrito de Motupe, 2019.

Realizar de manera eficiente el procesamiento de datos y obtención de información en el área de ventas en la I.E.P. San Agustín, en el Distrito de Motupe, 2019

Mejorar la toma de decisiones en el área de ventas en la I.E.P. San Agustín, en el Distrito de Motupe, 2019

III. Desarrollo de la propuesta

De acuerdo a la problemática encontrada con la obtención de datos recolectados mediante la aplicación de una encuesta a los colaboradores, se cree conveniente y factible aplicar las siguientes estrategias:

Estrategia 01: Mejorar los procesos de análisis de datos

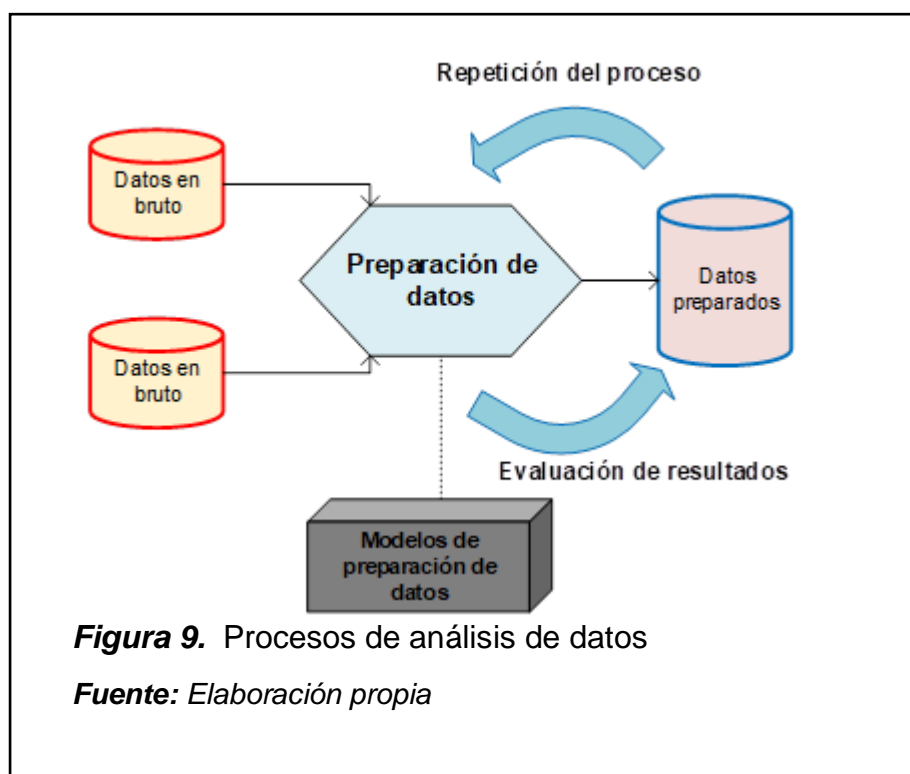


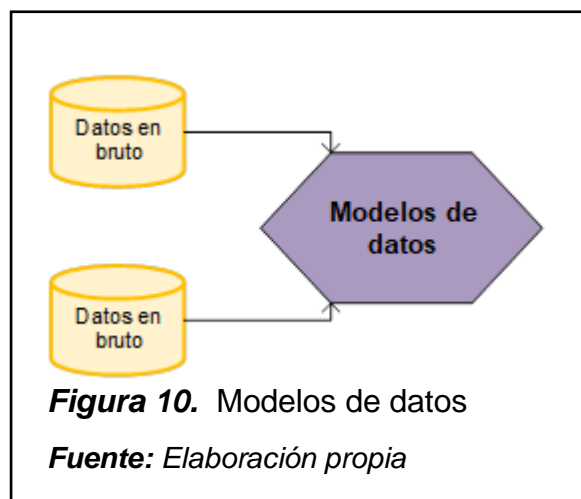
Figura 9. Procesos de análisis de datos

Fuente: Elaboración propia

Se sabe que la inteligencia de negocios es de vital importancia para el análisis de gran cantidad de datos, con el fin de obtener información muy valiosa que ayude a la toma de buenas decisiones en el área de venta de la I.E.P. San Agustín

Por ende, en este proceso se integrará información de diversas fuentes que son los datos en bruto, luego se preparará los datos es decir se integrará las diversas fuentes, después se creará nueva información, basada en los datos iniciales que se obtuvieron, para evaluar los resultados de los datos procesados, tal como se observa en la figura 9 es repetitivo, si es que no se llega al nivel de detalle o la calidad de la información de las ventas que estamos logrando, no es la necesaria, se volverá a repetir el proceso, hasta que se logre obtener los datos preparados con el nivel de detalle que se necesite.

Estrategia 02: Modelos de datos



Para este modelo, primero se integrará fuentes de información, tales como la información de ventas de la I.E.P. San Agustín, su presupuesto y todos los datos relacionados con el área de ventas, ya que se sabe que cada área maneja su información de acuerdo a las necesidades que posee, y no necesariamente están integradas, por ende, con el modelo de inteligencia de negocio se pretende integrar todas las fuentes de información de tal manera que se tenga, un solo bloque que incluya todo lo que se desea lograr.

Tabla 18.
Mejora en los procesos de análisis de datos.

Acción	Periodo de Ejecución	Responsable	Presupuesto
Mejorar los procesos de análisis de datos	Permanente	Director de la I.E.P. San Agustín	S/. 800.00 *
Modelos de datos			

Fuente: Elaboración propia

() Presupuesto basado en un curso sobre inteligencia de negocio.*

Cabe resaltar que para que el o los decisores puedan aplicar la inteligencia de negocios se les brindara un curso corto sobre BI, donde aprendan:

- Cargar información en Power Query – Excel.
- Actualizar datos con Power Query – Excel
- Preparar datos con Power Query – Excel
- Modelos de datos en Power Pivot – Excel

Estrategia 03: Estudio de mercado.

Para realizar este análisis no solo se basta con información interna de la I.E.P. San Agustín, sino que además se debe recolectar información externa de diversas fuentes de información por ende se pretende realizar un estudio de mercado, contratando un especialista que se encargue de realizar un estudio del entorno para conocer qué es lo que está aconteciendo en el mercado donde se dirige esta I.E.P, del rubro específico, la intención de ello es integrar la información a un sistema de BI, para que se vuelva valiosa. Debido a que, si se tiene por separado la información interna y externa, se pierde una parte importante de la capacidad que tiene la ciencia de los datos para dar respuestas a la información que se quiere obtener.

Con toda la data recolectada se pretende tener un conjunto de medidas, tales como monto acumulado de las ventas a la fecha, monto de ventas en periodo

especifico, calcular los promedios de ventas, la variación de ventas entre diversos periodos, con el fin de que todas estas medidas estén estandarizadas, que todos los colaboradores o decisores lo puedan interpretar de la misma manera y no se tenga que repetir, el proceso de construir nuevamente la medida, cada vez que deseemos tener información detallada. Además, a ello podemos tener información más detallada como cuantos alumnos hay ya sea por sección, o por grado de estudios etc.

Tabla 19.
Estudio de mercado.

Acción	Periodo de Ejecución	Responsable	Presupuesto
Estudio de mercado	Diciembre - 2019	Mercadólogo	S/. 1200.00

Fuente: Elaboración propia

Todos los datos recolectados, serán debidamente plasmados en una base de datos de Excel de la I.E.P. San Agustín, los cuales con el complemento Power Pivot, se logrará obtener información importante, veras y en el tiempo real que se necesite. La información podrá ser plasmada mediante tablas dinámicas y gráficos para que sea mejor entendida y se puedan tomar buenas decisiones con respecto a las ventas.

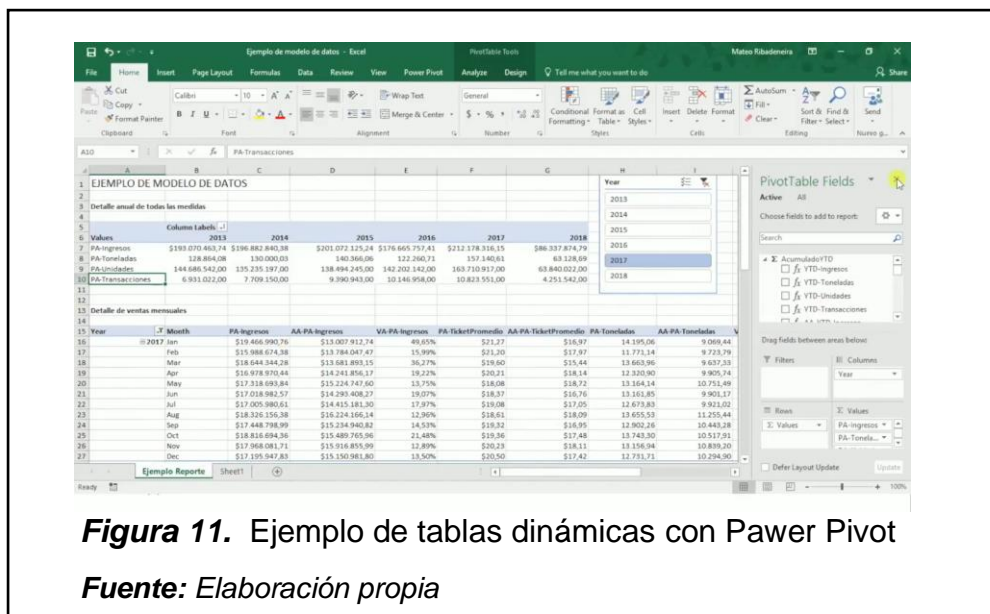


Figura 11. Ejemplo de tablas dinámicas con Power Pivot

Fuente: Elaboración propia

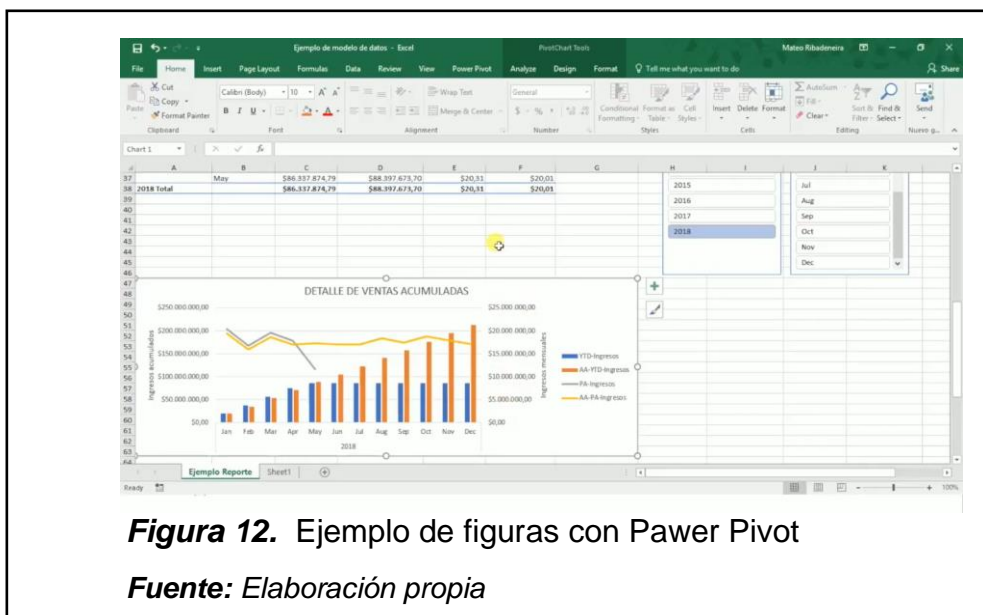


Figura 12. Ejemplo de figuras con Power Pivot

Fuente: Elaboración propia

Estrategia 04: Mejorar las ventas

Con la información recolectada en la técnica aplicada sobre inteligencia de negocio y toma de decisiones se obtuvo que existen deficiencias en ambas variables, además con los datos del área de ventas se obtuvo lo siguiente:

Tabla 20.

Alumnos nivel inicial.

Inicial	Sección	Sección	Aulas/Grado	Alum./Aula	Alumnos
3 años	A	B	2	21	42
4 años	A	B	2	22	44
5 años	A		1	24	24
Total			5	67	110

Fuente: I.E.P. San Agustín

Tabla 21.
Alumnos nivel primaria.

Grado	Sección	Sección	Sección	Aulas/Grado	Alum. /Aula	Alumnos
1ro	A	B		2	26	52
2do	A	B		2	26	52
3er	A	B		2	24	48
4to	A	B		2	27	54
5to	A	B	C	3	22	66
6to	A	B	C	3	26	78
Total				14	151	350

Fuente: I.E.P. San Agustín

Tabla 22.
Alumnos nivel secundario.

Grado	Sección	Sección	Sección	Aulas/Grado	Alum. /Aula	Alumnos
1ro	A	B		2	30	60
2do	A	B		2	25	50
3er	A	B		2	26	52
4to	A	B	C	3	20	60
5to	A	B	C	3	26	78
Total				12	127	300

Fuente: I.E.P. San Agustín

Tabla 23.

Alumnos turno no escolarizado primaria y secundaria (sábado y domingo) - CEBAS.

Primaria	Sección	Sección	Aulas/Grado	Alum./Aula	Alumnos
1ro y 2do	A		1	25	25
3ro y 4to	A		1	23	23
5to y 6to	A	B	2	20	40
Total			4	68	88
Secundaria	Sección	Sección	Aulas/Grado	Alum./Aula	Alumnos
1ro	A		1	26	26
2do	A		1	23	23
3er	A		1	22	22
4to	A		1	20	20
5to	A		1	19	19
Total			5	110	110
(CEBAS) Turno tarde total alumnos:					198

Fuente: I.E.P. San Agustín

Se tiene de conocimiento que los foros máximos por aulas son de 30 alumnos, de acuerdo al análisis de las tablas anteriores (20, 21, 22, 23) se pudo observar que solamente un aula cumple con el foro correspondiente, las demás aulas su foro es menor por ende se diseñaron las siguientes tácticas:

TÁCTICA #01: En temporada de matrícula se dará la promoción, “invita y gana”, que consistirá en invitar a un amigo o familiar a estudiar en la I.E.P. San Agustín y recibirá un descuento del 15% en su matrícula si trae a un amigo y se logra que se matricule en la I.E.P, y un 20% si refiere a dos o más amigo o familiares a ser parte de la familia San Agustín.

TÁCTICA #02: Realizar spots publicitarios por medios radiales de Motupe, y televisión sobre las matrículas y los beneficios de estudiar en la I.E.P. San Agustín, con la finalidad de que se haga más conocida la I.E.P y pueda atraer más alumnos para el próximo año escolar.

Ya que se tiene en cuenta que el importe en la I.E.P. San Agustín es el siguiente:

Tabla 24.
Importe a la institución educativa.

Nivel	Alumnos	Matricula	Mensualidad	Ingresos anual
Inicial	110	130	130	185,900.00
Primaria	350	130	130	591,500.00
Secundaria	300	130	130	507,000.00
Cebas	198	130	130	334,620.00
Total ingresos				1,619,020.00

Fuente: I.E.P. San Agustín

Y teniendo como egresos los siguientes:

Tabla 25.
Egresos de la institución educativa.

Descripción	Cantidad	Costo	Subtotal	Egresos anual
Administrativos	1	1600	1600	19200
Auxiliares	3	900	2700	32400
Limpieza	2	900	1800	21600
Seguridad	2	900	1800	21600
Subtotal egresos				94,800.00

Fuente: I.E.P. San Agustín

Tabla 26.
Egresos en pago a docentes de la institución educativa.

Docentes	Cantidad	Costo	Subtotal	Egresos anual
Inicial	5	1800	9000	108000
Primaria	10	2000	20000	240000
Secundaria	9	2000	18000	216000
Cebas	5	1800	9000	108000
Subtotal egresos				672,000.00

Fuente: I.E.P. San Agustín

Tabla 27.
Utilidades.

TOTAL EGRESOS	766,800.00
TOTAL INGRESOS	1,619,020.00
UTILIDADES	852,220.00

Con las tácticas de la estrategia para mejorar las ventas se pretende mejorar dichas utilidades de la I.E.P. San Agustín - Motupe.

Tabla 28.
Mejorar las ventas.

Táctica	Periodo de Ejecución	Responsable	Presupuesto
Invita y gana			S/. 0.00
Spots publicitarios por medios radiales de Motupe, y televisión	Enero – marzo 2020	Administración	S/. 550.00
	Total		S/. 550.00

Fuente: Elaboración propia

IV. Presupuesto

Institución ejecutora: I.E.P. San Agustín, en el Distrito de Motupe, 2019.

Beneficiarios: 30 colaboradores

Lugar: Motupe – Lambayeque

Equipo responsable: Dirección de la I.E.P.

Tabla 29.
Presupuesto

Estrategia	Duración	Periodo de ejecución	Responsable	Presupuesto
Mejorar los procesos de análisis de datos	Siempre que se requiera información de las ventas para tomar decisiones	Diciembre 2019 - Permanente	Dirección de la I.E.P	S/ 800.00
Crear modelos de datos		Diciembre 2019 - Permanente		
Estudio de mercado	Un mes	Diciembre 2019	Mercadólogo	S/. 1200.00
Mejorar las ventas	3 meses	Enero – marzo 2020	Administración	S/. 550.00
Total				S/. 2550.00

Fuente Elaboración Propia

Nota. El presupuesto total será asumido I.E.P. San Agustín, en el Distrito de Motupe, ya que serviría de mucha utilidad para tomar mejores decisiones con respecto a sus ventas, si bien es cierto el curso corto que se llevara para que se puedan desarrollar las dos primeras estrategias serviría como una retroalimentación y además podrá potenciar el desempeño de sus colaboradores, y el estudio de mercado será de vital ayuda para poder direccionar sus estrategias de ventas, es decir empleando la inteligencia de negocio no solo ayudara a tomar buenas decisiones sino que es de vital importancia para el éxito de la empresa. Todo lo

presupuestado será recuperado en el transcurso del tiempo, ya que con la BI se podrá reducir mucho tiempo en obtener información para tomar buenas decisiones, por ende, no se ocupará mucho tiempo y ese tiempo que se tardaban en entregar un informe sobre las ventas, puede ser empleado en otras actividades en beneficio de la I.E.P

IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1. Conclusiones

Con la información recolectada se logró diagnosticar que estrategias están en un nivel medio, debido a que en el análisis por dimensión se encontró que el sistema de información se encuentra en un nivel medio, la innovación está en un nivel bajo y los activos intangibles se encuentra en un nivel bajo, lo que significa que en la I.EP San Agustín, no se cuenta con un buen sistema de información que ayude a procesar la base de datos y obtener información en tiempo real, además que no se preocupan por tener mejoras continuas en sus servicios y procesos; y no siempre se toma en cuenta los elementos tangibles tales como el capital humano, estructural y cliente

Además, se logró describir que la toma de decisiones está en un nivel bajo, debido a que, en el análisis por dimensión, se obtuvo que los procesos se están en un nivel bajo, los objetivos se cumplen en un nivel bajo y las estrategias se dan en un nivel bajo, lo que significa que los procesos de la I.E.P. San Agustín, no siempre ayudan a cumplir con las actividades y tareas, ocasionando que no se satisfaga las necesidades de los usuarios. Además, no siempre se cumplen con los objetivos en el tiempo previsto, mucho menos se emplean estrategias para tomar buenas decisiones, con el fin de mejorar de manera continua.

Se diseñaron estrategias de inteligencia de negocio para la I.E.P. San Agustín tales como mejorar los procesos de análisis de datos, crear modelos de datos, realizar un estudio de mercado y mejorar las ventas, todo ello teniendo un presupuesto de S/. 2550.00, las cuales no solo ayudarán a tomar buenas decisiones, sino que serán de vital importancia para el éxito de la empresa. debido a que con la BI se podrá reducir mucho tiempo en obtener información para tomar buenas decisiones, es decir, no se ocupará mucho tiempo en la entrega de información sobre las ventas y ese tiempo que se tardaban puede ser empleado en otras actividades en beneficio de la I.E.P.

4.2. Recomendaciones

Se recomienda que la I.E.P. San Agustín emplee algunas metodologías de inteligencia de negocios para mejorar su proceso al momento de tomar decisiones, y además pueda reducir sus tiempos en obtener información relevante y precisa sobre los niveles de ventas, y sobre algunas otras áreas que necesite información.

Se recomienda que la I.E.P. San Agustín emplee mejores estrategias para tomar decisiones, con el fin de mejorar sus procesos y lograr cumplir con las actividades y tareas, satisfaciendo las necesidades de los usuarios. y además con ello se puedan tomar decisiones que sean innovadores y que lleven al éxito de la institución destacándola por su buen servicio.

Se recomienda que la I.E.P. San Agustín pueda aplicar las estrategias propuesta de inteligencia de negocios propuestas, y que además selecciones a su o sus colaboradores a quienes se les otorgara llevar el curso corto sobre las estrategias de BI, para que posea todos los conocimientos necesarios y pueda aplicarlos en la institución, para lograr mejores ventas.

REFERENCIAS

- Ahumada, E., & Perusquia, J. A. (2016). Inteligencia de negocios: Estrategia para el desarrollo de competitividad en empresas de base tecnológica. *Contaduría y Administración*, 61(1), 127-158. <https://doi.org/10.1016/j.cya.2015.09.006>
- Alvarez, H. (2015). *Introducción a la toma de decisiones gerenciales*. Panamá. Recuperado de https://issuu.com/curaguire/docs/introduccion_a_la_toma_de_decisione
- Armas, J. (2017). Business analytics: Una ventaja competitiva en la toma de decisiones para empresas inteligentes. *Review of Global Management*, 3(2), 19-19. <https://doi.org/10.19083/rgm.v3i2.772>
- Asto, L., & Arangüena, M. (2018). Inteligencia de negocios en la gestión académica de la educación superior universitaria. *Revista de Investigaciones de la Escuela de Posgrado de la UNA PUNO*, 7(2), 526-536. <https://doi.org/10.26788/epg.v7i2.240>
- Azeroual, O., & Theel, H. (2018). The Effects of Using Business Intelligence Systems on an Excellence Management and Decision-Making Process by Start-Up Companies: A Case Study. *International journal of management science and business administration*, 4(3), 30-40. <https://doi.org/10.18775/ijmsba.1849-5664-5419.2014.43.1004>
- Bernal, C. A. (2010). *Metodología de la investigación* (Tercera edición). Colombia: PEARSON EDUCACIÓN.
- Borissova, D., Cvetkova, P., Garvanov, I., & Garvanova, M. (2020). A Framework of Business Intelligence System for Decision Making in Efficiency Management. En K. Saeed (Ed.), *Computer Information Systems and Industrial Management* (pp. 111-121). Cham: Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-030-47679-3_10
- Cano, J. (2007). *Business Intelligence: Competir con información*. Barcelona: Banesto, Fundación Cultur. Recuperado de

https://www.academia.edu/download/61128354/Business_Intelligence_competir_con_informacion20191104-55292-drxoy.pdf

Carhuallanqui, J. (2017). *Diseño de una solución de inteligencia de negocios como herramienta de apoyo a la toma de decisiones en el área de ventas de la empresa farmacéutica Dispefarma* (Tesis de grado). Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Recuperado de <https://cybertesis.unmsm.edu.pe/handle/20.500.12672/7208>

Céspedes, L. (2017). *Inteligencia de Negocios en cobranzas para el soporte de la toma de decisiones en Epsel.sa – Zona Reque, Chiclayo 2017*. (Tesis de grado). Universidad César Vallejo. Recuperado de <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/26658>

Cornejo, M. (2019). *Solución basada en inteligencia de negocios para apoyar a la toma de decisiones en el área de ventas de una empresa comercial de la ciudad de Chiclayo* (Tesis de grado). Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. Recuperado de <http://tesis.usat.edu.pe/handle/20.500.12423/2153>

Criollo, H. (2018). *Implementación de un sistema Business Intelligence basado en Key Performance Indicators para la empresa Delimarket de la ciudad de Píllaro* (Tesis de Maestría). Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Recuperado de <https://repositorio.pucesa.edu.ec/handle/123456789/2434>

Curto, J. (2017). *Introducción al business intelligence*. Barcelona: Editorial UOC. Recuperado de <https://www.torrossa.com/en/resources/an/3447013>

Díaz, D., & Tocto, D. (2019). *Inteligencia de Negocios para mejorar el Proceso de Toma de Decisiones en el Área de Rentas de la Municipalidad Distrital de Ciudad Eten – Chiclayo, 2018* (Tesis de grado). Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo. Recuperado de <http://repositorio.unprg.edu.pe/handle/20.500.12893/4609>

Díaz, M. (2020). *Plataforma de inteligencia de negocios para análisis de ventas en caserío restaurante bar de la ciudad de Chiclayo* (Tesis de grado).

Universidad de Lambayeque. Recuperado de <https://repositorio.udl.edu.pe/jspui/handle/UDL/321>

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. México D.F: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V. Recuperado de https://710b3dc7-1caf-46dd-90fe-a4ac4cf8d223.filesusr.com/ugd/637fff_1f4278551a2742c3a4e870e69725ca07.pdf

Kimball, R., & Ross, M. (2011). *The data warehouse toolkit: The complete guide to dimensional modeling* (Segunda edición). Canada: John Wiley & Sons. Recuperado de https://books.google.com/books?hl=es&lr=&id=XoS2oy1lcB4C&oi=fnd&pg=PA1&dq=The+data+warehouse+toolkit:+the+complete+guide+to+dimensional+modeling.&ots=1DGcrzkMfz&sig=_ZXqT8imtm33WI3q76QMkVggu2I

Li, F. (2019). *Inteligencia de negocios en el pronóstico de ventas, Centro Nacional de Servicios, Lima, 2019* (Tesis de Maestría). Universidad César Vallejo. Recuperado de <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/37326>

López, M., & Guerrero, R. (2018). Modelo de inteligencia de negocios y analítica en la nube para pymes del sector retail en Perú. *Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC)*. <https://doi.org/10.16925/in.v14i24.2157>

Morán, J. (2019). *Implementación de software de inteligencia de negocios para toma de decisiones en la recuperación de cartera para la cooperativa de ahorro y Credito Coopad Ltda* (Tesis de grado). Universidad Técnica del Norte. Recuperado de <http://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/10172>

Obando, D. (2018). *Sistema de información basado en inteligencia de negocios para incrementar la recaudación tributaria del Centro de Gestión Tributaria de Chiclayo* (Tesis de Maestría). Universidad César Vallejo. Recuperado de <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/30593>

- Ortega, N. (2018). *Modelo de inteligencia de negocios para mejorar la toma de decisiones en las pymes del sector retail de Lima Metropolitana* (Tesis de grado). Universidad Nacional Federico Villarreal. Recuperado de <http://repositorio.unfv.edu.pe/handle/UNFV/2408>
- Parella, S., & Martins, F. (2003). *Metodología de la investigación cuantitativa*. Caracas: Fondo Editorial de la Universidad Pedagógica Experimental Libertador. Recuperado de https://710b3dc7-1caf-46dd-90fe-a4ac4cf8d223.filesusr.com/ugd/637fff_bd4f5c75c2ae422995d35d20fd194fa5.pdf
- Picon, R., & Yarleque, J. (2018). *Implementación de inteligencia de negocios, para optimizar la toma de decisiones en el área de dirección de planta cosméticos de la empresa Yanbal International* (Tesis de grado). Universidad Autónoma del Perú. Recuperado de <http://repositorio.autonoma.edu.pe/handle/AUTONOMA/694>
- Pilar, J. (2013). *Herramientas para la gestión y la toma de decisiones*. Argentina: Editorial Hanne. Recuperado de <http://up-rid2.up.ac.pa:8080/xmlui/handle/123456789/1509>
- Pranjić, G. (2018). Decision making process in the business intelligence 3.0 context. *Ekonomika Misao i Praksa*, (2), 603-619. Recuperado de https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=311743
- Rodríguez, C., Ospina, J., & Camelo, A. (2019). *Diseño de una propuesta de un sistema de inteligencia de negocios para el área de ventas de la empresa Pintulac SAS*. (Tesis de grado). Politécnico Granacolombiano. Recuperado de <https://alejandria.poligran.edu.co/handle/10823/1846>
- Rodríguez, J. (2014). *Cómo hacer inteligente su negocio: Business intelligence a su alcance* (Primera Edición). Mexico: Grupo Editorial Patria. Recuperado de [https://books.google.com/books?hl=es&lr=&id=Vd_hBAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=Business+Intelligence+\(BI\)/Inteligencia+de+negocios.+En+J.+Rodr%C3%ADguez+Parrilla,+C%C3%B3mo+hacer+inteligente+su+negoci](https://books.google.com/books?hl=es&lr=&id=Vd_hBAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=Business+Intelligence+(BI)/Inteligencia+de+negocios.+En+J.+Rodr%C3%ADguez+Parrilla,+C%C3%B3mo+hacer+inteligente+su+negoci)

o:+Business+Intelligence+a+su+alcance&ots=2zrP7RIZko&sig=jWOOeCwaYw1de6OoOuNXH5j40fM

Rodríguez, R. (2018). *Alertas y predicciones transaccionales a través de un modelo de inteligencia de negocio, para toma de decisiones en estrategias de negocios* (Tesis de grado). Universidad Distrital Francisco José de Caldas. Recuperado de <http://repository.udistrital.edu.co/handle/11349/13652>

Sanchez, A., & Encalada, J. (2019). *Implementación de business intelligence, basado en la metodología Ralph Kimball, para mejorar el proceso de toma de decisiones gerenciales del área de ventas de Indurama* (Tesis de grado). Universidad Autónoma del Perú. Recuperado de <http://repositorio.autonoma.edu.pe/handle/AUTONOMA/744>

Vega, V. (2020). *Implementación de un proceso de gestión de datos basado en Inteligencia de Negocios, para la recuperación de cartera del proyecto “Plan RENOVA”* (Tesis de Maestría). Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE. Recuperado de <http://repositorio.espe.edu.ec/jspui/handle/21000/22741>

ANEXOS

Anexo 01: Resolución

USS | UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
RESOLUCIÓN N° 900 -FACEM-USS-2019**

Chiclayo, 19 de julio de 2019

VISTO
El oficio N° 0580-2019/FACEM-DA-USS de fecha 15 de julio de 2019, presentado por el (la) Director (a) de la EAP de Administración, y el proveído de la Decana de la FACEM de fecha 16 de julio de 2019, sobre actualización de título del proyecto de tesis presentado por MARTINEZ FLORES SANTA YSABEL y PACHECO CHINCHAY ROSELY, y.

CONSIDERANDO:
Que, con resolución N° 1740-FACEM-USS-2016 de fecha 18 de noviembre de 2016, se aprobó el Proyecto de Tesis titulado "DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE INTELIGENCIA DE NEGOCIOS PARA MEJORAR LA TOMA DE DECISIONES EN EL ÁREA DE VENTAS DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA PRIVADA SAN AGUSTIN, EN EL DISTRITO DE MOTUPE, 2016", presentado por MARTINEZ FLORES SANTA YSABEL y PACHECO CHINCHAY ROSELY.


Que, con oficio N° 0580-2019/FACEM-DA-USS de fecha 15 de julio de 2019, el (la) Director (a) de la Escuela Académico Profesional de Administración, solicita la actualización del título del proyecto de tesis consignado en la resolución indicada en el párrafo precedente, por encontrarse desactualizado.

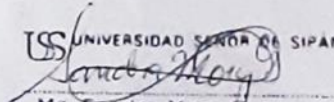
Estando a lo expuesto y en uso de las atribuciones conferidas y de conformidad con las normas y reglamentos vigentes,

SE RESUELVE
ARTÍCULO UNO: APROBAR el nuevo proyecto de tesis actualizado, denominado "DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE INTELIGENCIA DE NEGOCIOS PARA MEJORAR LA TOMA DE DECISIONES EN EL AREA DE VENTAS EN LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA PRIVADA SAN AGUSTIN, EN EL DISTRITO DE MOTUPE, 2019", presentado por MARTINEZ FLORES SANTA YSABEL y PACHECO CHINCHAY ROSELY, de la EAP de Administración.

ARTÍCULO DOS: Dejar sin efecto la resolución N° 1740-FACEM-USS-2016 de fecha 18 de noviembre de 2016, extremo N° 14.

REGÍSTRESE, COMUNÍQUESE Y ARCHÍVESE.


USS UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN SAC
Dra. Carmen Elvira Rojas Prado
Decana
Facultad de Ciencias Empresariales


USS UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN
Mr. Sandro Moray Guarnizo
Secretario Académico
Facultad de Ciencias Empresariales

ADMISIÓN E INFORMES
074 481610 - 074 481632
CAMPUS USS
Km. 5, carretera a Pimentel
Chiclayo, Perú
www.uss.edu.pe

Cc. Escuela. archivo

Anexo 02: Matriz de consistencia

Problema	Objetivos	Hipótesis	Variable y dimensiones	Metodología
¿De qué manera las estrategias de inteligencia de negocios mejoran la toma de decisiones en el área de ventas en la Institución Educativa Privada San Agustín, en el Distrito de Motupe, 2019?	<p>Objetivo General Proponer estrategias de inteligencia de negocios para mejorar la toma de decisiones en el área de ventas en la Institución Educativa Privada San Agustín, en el Distrito de Motupe, 2019.</p> <p>Objetivos Específicos Diagnosticar las estrategias de inteligencia de negocios en el área de ventas en la Institución Educativa Privada San Agustín, en el Distrito de Motupe, 2019</p> <p>Describir la toma de decisiones en el área de ventas en la Institución Educativa Privada San Agustín, en el Distrito de Motupe, 2019</p> <p>Diseñar estrategias de inteligencia de negocios para mejorar la toma de decisiones en el área de ventas en la Institución Educativa Privada San Agustín, en el Distrito de Motupe, 2019</p>	Las estrategias de inteligencia de negocios si mejoran la toma de decisiones en el área de ventas en la Institución Educativa Privada San Agustín, en el Distrito de Motupe, 2019.	<p>Variable independiente: Inteligencia de negocios</p> <p>Dimensiones: - Sistemas de información - Innovación - Activos intangibles</p> <p>Variable dependiente: Toma de decisiones</p> <p>Dimensiones: - Proceso - Objetivos - Estrategias</p>	<p>Enfoque: Cuantitativo</p> <p>Tipo: Descriptiva, propositiva</p> <p>Diseño: No experimental</p> <p>Técnica / Instrumento: Encuesta / Cuestionario</p> <p>Población / Muestra: 30 Colaboradores</p>

Fuente: Elaboración Propia

Anexo 03: T1



FORMATO N° T1-VRI-USS AUTORIZACIÓN DEL AUTOR (E5)
(LICENCIA DE USO)

Pimentel, 12/02/2021

Señores
Vicerrectorado de Investigación
Universidad Señor de Sipán
Presente.-

los suscritos:

MARTINEZ FLORES SANTA YSABEL con DNI 48743612

PACHECO CHINCHAY ROSELY con DNI 47342269

En calidad de autores exclusivos de la investigación titulada:

DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE INTELIGENCIA DE NEGOCIOS PARA MEJORAR LA TOMA DE DECISIONES EN EL AREA DE VENTAS EN LA INSTITUCION EDUCATIVA PRIVADA SAN AGUSTIN EN EL DISTRITO DE MOTUPE, 2019

presentado y aprobado en el año 2017 como requisito para optar el título de LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN de la Facultad de CIENCIAS EMPRESARIALES, Programa Académico de ADMINISTRACIÓN, por medio del presente escrito autorizo (autorizamos) al Vicerrectorado de investigación de la Universidad Señor de Sipán para que, en desarrollo de la presente licencia de uso total, pueda ejercer sobre mi (nuestro) trabajo y muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad representado en este trabajo de grado, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera:

- Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo de grado a través del Repositorio Institucional en el portal web del Repositorio Institucional – <http://repositorio.uss.edu.pe>, así como de las redes de información del país y del exterior.
- Se permite la consulta, reproducción parcial, total o cambio de formato con fines de conservación, a los usuarios interesados en el contenido de este trabajo, para todos los usos que tengan finalidad académica, siempre y cuando mediante la correspondiente cita bibliográfica se le dé crédito al trabajo de investigación y a su autor.

De conformidad con la ley sobre el derecho de autor decreto legislativo N° 822. En efecto, la Universidad Señor de Sipán está en la obligación de respetar los derechos de autor, para lo cual tomará las medidas correspondientes para garantizar su observancia.

APellidos y Nombres	NÚMERO DE DOCUMENTO DE IDENTIDAD	FIRMA
MARTINEZ FLORES SANTA YSABEL	48743612	
PACHECO CHINCHAY ROSELY	47342269	

Anexo 04: Formato del cuestionario

A continuación, encontrará proposiciones sobre aspectos relacionados con las estrategias de inteligencia de negocios y toma de decisiones. Cada una de las proposiciones tienen cinco opciones para responder de acuerdo a lo que describa. Lea cuidadosamente cada proposición y marque con un aspa (x) sólo una alternativa, la que mejor refleje su punto de vista al respecto. Conteste todas las preguntas.

Donde

0	1	2	3	4
Nunca	Casi Nunca	Algunas veces	Casi siempre	Siempre

N°	Ítems	0	1	2	3	4
Variable Inteligencia de negocios						
Dimensión 01: Sistemas de Información						
01	¿Esta Institución Educativa cuenta sistemas de cómputo para registrar las actividades de ventas?					
02	¿La Institución Educativa maneja sus actividades diarias por medio de sistemas de información computacional?					
03	¿La Institución Educativa tiene sistemas que ayudan a predecir las ventas que se realizarán en un periodo determinado de tiempo?					
04	¿Existen sistemas que guardan información el tiempo suficiente para que ayuden a tomar decisiones para el futuro de la Institución Educativa?					
05	¿La Institución Educativa cuenta con una base de datos operativa que recaba la información día a día en cuanto a las ventas?					
06	¿La Institución Educativa cuenta con una base de conocimiento para el uso de los empleados y mejora de los procesos de ventas?					
Dimensión 02: Innovación						
07	¿La Institución Educativa impulsa a desarrollar actividades que generen mejores servicios?					
08	¿La Institución Educativa fundamenta su crecimiento en el análisis, desarrollo e implementación de mejores servicios?					
09	¿Una considerable parte del tiempo de trabajo diario se dedica a la planeación de mejores servicios?					
10	¿Son los mejores servicios lo que los diferencia de otras instituciones educativas?					

11	¿La Institución Educativa considera que es importante mejorar y agilizar los procesos de forma continua?					
12	¿La Institución Educativa busca certificaciones de llevar a cabo una mejora continua de sus procesos de ventas?					
Dimensión 03: Activos intangibles						
13	¿Considera que su conocimiento/experiencia ayuda en situaciones críticas para la Institución Educativa?					
14	¿En la Institución Educativa se tiene en cuenta solamente su experiencia para la solución de algún problema?					
15	¿La data/información de la Institución Educativa en software permite realizar pronósticos en las ventas?					
16	¿Considera que los datos que se tienen en sus sistemas referente a las ventas es lo único importante para tomar decisiones?					
17	¿La información recolectada de los clientes influencia en las decisiones estratégicas de la Institución Educativa?					

N°	Ítems	0	1	2	3	4
Variable toma de decisiones						
Dimensión 01: Procesos						
18	¿La institución educativa le brindar capacitaciones constantes que permite impulsar su talento humano?					
19	¿Los sistemas de información dentro de la Institución educativa brindan los conocimientos suficientes para su alineación estratégica con los objetivos de la Institución?					
20	¿La institución educativa cuenta con tareas o actividades bien definidas de los procesos de ventas que permiten cumplir con las metas trazadas?					
21	¿La institución educativa cuenta con acceso a sistemas de información automatizados para registrar las actividades diarias?					
22	¿Los procesos existentes en la institución educativa satisfacen las expectativas al momento de tomar decisiones?					
23	¿La institución educativa cuenta con la información adecuada y oportuna que satisfacen las expectativas y requerimientos de los usuarios?					
Dimensión 02: Objetivos						
24	¿La institución educativa considera que el logro de las metas es importante para cumplir sus objetivos?					

25	¿Se cuenta con un sistema de información que permite cumplir con los tiempos determinados para alcanzar las metas trazadas?					
26	¿Se cuenta con sistemas de información que ayuda a predecir la demanda de usuarios en un período de tiempo determinado?					
27	¿Se cuenta con información oportuna y precisa que permite evaluar los resultados de los procesos y tomar mejores decisiones para el logro de las metas y objetivos trazados?					
Dimensión 03: Estrategias						
28	¿La información que se genera en la empresa se guarda durante un tiempo razonable para consultarla en el momento que se requiera y se mantiene respaldo de ella?					
29	¿La institución educativa considera que las decisiones son importantes para el logro de objetivos?					
30	¿Para llegar a una toma de decisión se analizan los sistemas de información con que se cuenta en la institución educativa?					
31	¿La institución educativa considera que es importante mejorar y agilizar los procesos de ventas de una forma continua?					

Anexo 1. Validación de cuestionario por juicio de expertos

INSTRUMENTO DE VALIDACION POR JUICIO DE EXPERTOS

NOMBRE DEL JUEZ		García Yovera Abraham José	
	PROFESIÓN	Lic. Administración	
	ESPECIALIDAD	Magister en Talento Humano y Doctor en Gestión Pública	
	EXPERIENCIA PROFESIONAL (EN AÑOS)	15 años	
	CARGO	Docente	
DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE INTELIGENCIA DE NEGOCIOS PARA MEJORAR LA TOMA DE DECISIONES EN EL ÁREA DE VENTAS EN LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA PRIVADA SAN AGUSTÍN, EN EL DISTRITO DE MOTUPE, 2019			
DATOS DE TESIS			
NOMBRES		Martínez Flores Santa Ysabel - Pacheco Chinchay Rosely	
ESPECIALIDAD		ADMINISTRACIÓN	
INSTRUMENTO EVALUADO		Cuestionario	
OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION		GENERAL Proponer estrategias de inteligencia de negocios para mejorar la toma de decisiones en el área de ventas en la Institución Educativa Privada San Agustín, en el Distrito de Motupe, 2019	
		ESPECÍFICOS - Diagnosticar las estrategias de inteligencia de negocios en el área de ventas en la Institución Educativa Privada San Agustín, en el Distrito de Motupe, 2019 - Describir la toma de decisiones en el área de ventas en la Institución Educativa Privada San Agustín, en el Distrito de Motupe, 2019 - Diseñar estrategias de inteligencia de negocios para mejorar la toma de decisiones en el área de ventas en la Institución Educativa Privada San Agustín, en el Distrito de Motupe, 2019	
EVALÚE CADA ITEM DEL INSTRUMENTO MARCANDO CON UN ASPA EN “TD” SI ESTÁ TOTALMENTE EN DESACUERDO; “TA” SI ESTA EN TOTALMENTE DE ACUERDO; POR FAVOR ESPECIFIQUE SUS SUGERENCIAS.			
DETALLE DE LOS ÍTEMS DEL INSTRUMENTO		El instrumento consta de 31 reactivos y ha sido construido, teniendo en cuenta la revisión de la literatura, luego del juicio de expertos que determinará la validez de contenido será sometido a prueba de piloto para el cálculo de la confiabilidad con el coeficiente de alfa de Cronbach y finalmente será aplicado a las unidades de análisis de esta investigación.	
VARIABLE INTELIGENCIA DE NEGOCIOS			
1. ¿Esta Institución Educativa cuenta sistemas de cómputo para registrar las actividades de ventas? a) Siempre.		TA (X)	TD()

c) Algunas veces. d) Casi nunca. e) Nunca.	_____ _____ _____
2. ¿La Institución Educativa maneja sus actividades diarias por medio de sistemas de información computacional? a) Siempre. b) casi siempre. c) Algunas veces. d) Casi nunca. e) Nunca.	TA (X) TD() SUGERENCIAS: _____ _____ _____
3. ¿La Institución Educativa tiene sistemas que ayudan a predecir las ventas que se realizarán en un periodo determinado de tiempo? a) Siempre. b) casi siempre. c) Algunas veces. d) Casi nunca. e) Nunca.	TA (X) TD() SUGERENCIAS: _____ _____ _____
4. ¿Existen sistemas que guardan información el tiempo suficiente para que ayuden a tomar decisiones para el futuro de la Institución Educativa? a) Siempre. b) casi siempre. c) Algunas veces. d) Casi nunca. e) Nunca.	TA (X) TD() SUGERENCIAS: _____ _____ _____ _____
5. ¿La Institución Educativa cuenta con una base de datos operativa que recaba la información día a día en cuanto a las ventas? a) Siempre. b) casi siempre. c) Algunas veces. d) Casi nunca. e) Nunca.	TA (X) TD() SUGERENCIAS: _____ _____ _____
6. ¿La Institución Educativa cuenta con una base de conocimiento para el uso de los empleados y mejora de los procesos de ventas? a) Siempre. b) casi siempre. c) Algunas veces. d) Casi nunca. e) Nunca.	TA (X) TD() SUGERENCIAS: _____ _____ _____
7. ¿La Institución Educativa impulsa a desarrollar actividades que generen mejores servicios? a) Siempre. b) casi siempre. c) Algunas veces. d) Casi nunca. e) Nunca.	TA (X) TD() SUGERENCIAS: _____ _____ _____ _____

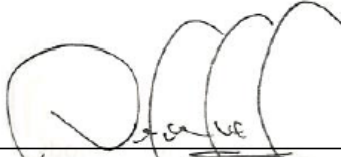
<p>8. ¿La Institución Educativa fundamenta su crecimiento en el análisis, desarrollo e implementación de mejores servicios?</p> <p>a) Siempre. b) casi siempre. c) Algunas veces. d) Casi nunca. e) Nunca.</p>	<p>TA (X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>9. ¿Una considerable parte del tiempo de trabajo diario se dedica a la planeación de mejores servicios?</p> <p>a) Siempre. b) casi siempre. c) Algunas veces. d) Casi nunca. e) Nunca.</p>	<p>TA (X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>10. ¿Son los mejores servicios lo que la diferencia de otras instituciones educativas?</p> <p>a) Siempre. b) casi siempre. c) Algunas veces. d) Casi nunca. e) Nunca.</p>	<p>TA (X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>11. ¿La Institución Educativa considera que es importante mejorar y agilizar los procesos de forma continua?</p> <p>a) Siempre. b) casi siempre. c) Algunas veces. d) Casi nunca. e) Nunca.</p>	<p>TA (X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>12. ¿La Institución Educativa busca certificaciones de llevar a cabo una mejora continua de sus procesos de ventas?</p> <p>a) Siempre. b) casi siempre. c) Algunas veces. d) Casi nunca. e) Nunca.</p>	<p>TA (X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>13. ¿Considera que su conocimiento/experiencia ayuda en situaciones críticas para la Institución Educativa?</p> <p>a) Siempre. b) casi siempre. c) Algunas veces. d) Casi nunca. e) Nunca.</p>	<p>TA (X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>14. ¿En la Institución Educativa se tiene en cuenta solamente su experiencia para la solución de algún problema?</p> <p>a) Siempre. b) casi siempre. c) Algunas veces. d) Casi nunca. e) Nunca.</p>	<p>TA (X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>

<p>15. ¿La data/información de la Institución Educativa en software permite realizar pronósticos en las ventas?</p> <p>a) Siempre. b) casi siempre. c) Algunas veces. d) Casi nunca. e) Nunca.</p>	<p>TA (X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>16. ¿Considera que los datos que se tienen en sus sistemas referente a las ventas es lo único importante para tomar decisiones?</p> <p>a) Siempre. b) casi siempre. c) Algunas veces. d) Casi nunca. e) Nunca.</p>	<p>TA (X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>17. ¿La información recolectada de los clientes influencia en las decisiones estratégicas de la Institución Educativa?</p> <p>a) Siempre. b) casi siempre. c) Algunas veces. d) Casi nunca. e) Nunca.</p>	<p>TA (X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>VARIABLE TOMA DE DECISIONES</p>	
<p>18. ¿La institución educativa le brindar capacitaciones constantes que permite impulsar su talento humano?</p> <p>a) Siempre. b) casi siempre. c) Algunas veces. d) Casi nunca. e) Nunca.</p>	<p>TA (X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>19. ¿Los sistemas de información dentro de la Institución educativa brindan los conocimientos suficientes para su alineación estratégica con los objetivos de la Institución?</p> <p>a) Siempre. b) casi siempre. c) Algunas veces. d) Casi nunca. e) Nunca.</p>	<p>TA (X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>20. ¿La institución educativa cuenta con tareas o actividades bien definidas de los procesos de ventas que permiten cumplir con las metas trazadas?</p> <p>a) Siempre. b) casi siempre. c) Algunas veces. d) Casi nunca. e) Nunca.</p>	<p>TA (X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>21. ¿La institución educativa cuenta con acceso a sistemas de información automatizados para registrar las actividades diarias?</p> <p>a) Siempre. b) casi siempre. c) Algunas veces. d) Casi nunca. e) Nunca.</p>	<p>TA (X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>

<p>22. ¿Los procesos existentes en la institución educativa satisfacen las expectativas al momento de tomar decisiones?</p> <p>a) Siempre. b) casi siempre. c) Algunas veces. d) Casi nunca. e) Nunca.</p>	<p>TA (X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>23. ¿La institución educativa cuenta con la información adecuada y oportuna que satisfacen las expectativas y requerimientos de los usuarios?</p> <p>a) Siempre. b) casi siempre. c) Algunas veces. d) Casi nunca. e) Nunca.</p>	<p>TA (X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>24. ¿La institución educativa considera que el logro de las metas es importante para cumplir sus objetivos?</p> <p>a) Siempre. b) casi siempre. c) Algunas veces. d) Casi nunca. e) Nunca.</p>	<p>TA (X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>25. ¿Se cuenta con un sistema de información que permite cumplir con los tiempos determinados para alcanzar las metas trazadas?</p> <p>a) Siempre. b) casi siempre. c) Algunas veces. d) Casi nunca. e) Nunca.</p>	<p>TA (X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>26. ¿Se cuenta con sistemas de información que ayuda a predecir la demanda de usuarios en un período de tiempo determinado?</p> <p>a) Siempre. b) casi siempre. c) Algunas veces. d) Casi nunca. e) Nunca.</p>	<p>TA (X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>27. ¿Se cuenta con información oportuna y precisa que permite evaluar los resultados de los procesos y tomar mejores decisiones para el logro de las metas y objetivos trazados?</p> <p>a) Siempre. b) casi siempre. c) Algunas veces. d) Casi nunca. e) Nunca.</p>	<p>TA (X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>28. ¿La información que se genera en la empresa se guarda durante un tiempo razonable para consultarla en el momento que se requiera y se mantiene respaldo de ella?</p> <p>a) Siempre. b) casi siempre. c) Algunas veces. d) Casi nunca. e) Nunca.</p>	<p>TA (X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>

<p>29. ¿La institución educativa considera que las decisiones son importantes para el logro de objetivos?</p> <p>a) Siempre. b) casi siempre. c) Algunas veces. d) Casi nunca. e) Nunca.</p>	<p>TA (X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>30. ¿Para llegar a una toma de decisión se analizan los sistemas de información con que se cuenta en la institución educativa?</p> <p>a) Siempre. b) casi siempre. c) Algunas veces. d) Casi nunca. e) Nunca.</p>	<p>TA (X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>31. ¿La institución educativa considera que es importante mejorar y agilizar los procesos de ventas de una forma continua?</p> <p>a) Siempre. b) casi siempre. c) Algunas veces. d) Casi nunca. e) Nunca.</p>	<p>TA (X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>

<p>1. PROMEDIO OBTENIDO:</p>	<p>N° TA ____ 31 ____ N° TD ____ 0 ____</p>
<p>2. COMENTARIOS GENERALES</p>	
<p>3. OBSERVACIONES</p>	



 Validador Especialista

INSTRUMENTO DE VALIDACION POR JUICIO DE EXPERTOS

NOMBRE DEL JUEZ		ERICKA JULISSA SUYSUY CHAMBERGO
	PROFESIÓN	LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN
	ESPECIALIDAD	MG. GESTIÓN PUBLICA
	EXPERIENCIA PROFESIONAL (EN AÑOS)	15 años
	CARGO	Docente
DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE INTELIGENCIA DE NEGOCIOS PARA MEJORAR LA TOMA DE DECISIONES EN EL ÁREA DE VENTAS EN LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA PRIVADA SAN AGUSTÍN, EN EL DISTRITO DE MOTUPE, 2019		
DATOS DE TESIS		
NOMBRES	Martínez Flores Santa Ysabel - Pacheco Chinchay Rosely	
ESPECIALIDAD	ADMINISTRACIÓN	
INSTRUMENTO EVALUADO	Cuestionario	
OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION	GENERAL Proponer estrategias de inteligencia de negocios para mejorar la toma de decisiones en el área de ventas en la Institución Educativa Privada San Agustín, en el Distrito de Motupe, 2019	
	ESPECÍFICOS - Diagnosticar las estrategias de inteligencia de negocios en el área de ventas en la Institución Educativa Privada San Agustín, en el Distrito de Motupe, 2019 - Describir la toma de decisiones en el área de ventas en la Institución Educativa Privada San Agustín, en el Distrito de Motupe, 2019 - Diseñar estrategias de inteligencia de negocios para mejorar la toma de decisiones en el área de ventas en la Institución Educativa Privada San Agustín, en el Distrito de Motupe, 2019	
EVALÚE CADA ITEM DEL INSTRUMENTO MARCANDO CON UN ASPA EN “TD” SI ESTÁ TOTALMENTE EN DESACUERDO; “TA” SI ESTA EN TOTALMENTE DE ACUERDO; POR FAVOR ESPECIFIQUE SUS SUGERENCIAS.		
DETALLE DE LOS ÍTEMS DEL INSTRUMENTO	El instrumento consta de 31 reactivos y ha sido construido, teniendo en cuenta la revisión de la literatura, luego del juicio de expertos que determinará la validez de contenido será sometido a prueba de piloto para el cálculo de la confiabilidad con el coeficiente de alfa de Cronbach y finalmente será aplicado a las unidades de análisis de esta investigación.	
VARIABLE INTELIGENCIA DE NEGOCIOS		
1. ¿Esta Institución Educativa cuenta sistemas de cómputo para registrar las actividades de ventas? a) Siempre. b) casi siempre.	TA (X) TD()	SUGERENCIAS: _____

c) Algunas veces. d) Casi nunca. e) Nunca.	_____ _____ _____
2. ¿La Institución Educativa maneja sus actividades diarias por medio de sistemas de información computacional? a) Siempre. b) casi siempre. c) Algunas veces. d) Casi nunca. e) Nunca.	TA (X) TD() SUGERENCIAS: _____ _____ _____
3. ¿La Institución Educativa tiene sistemas que ayudan a predecir las ventas que se realizarán en un periodo determinado de tiempo? a) Siempre. b) casi siempre. c) Algunas veces. d) Casi nunca. e) Nunca.	TA (X) TD() SUGERENCIAS: _____ _____ _____
4. ¿Existen sistemas que guardan información el tiempo suficiente para que ayuden a tomar decisiones para el futuro de la Institución Educativa? a) Siempre. b) casi siempre. c) Algunas veces. d) Casi nunca. e) Nunca.	TA (X) TD() SUGERENCIAS: _____ _____ _____ _____
5. ¿La Institución Educativa cuenta con una base de datos operativa que recaba la información día a día en cuanto a las ventas? a) Siempre. b) casi siempre. c) Algunas veces. d) Casi nunca. e) Nunca.	TA (X) TD() SUGERENCIAS: _____ _____ _____
6. ¿La Institución Educativa cuenta con una base de conocimiento para el uso de los empleados y mejora de los procesos de ventas? a) Siempre. b) casi siempre. c) Algunas veces. d) Casi nunca. e) Nunca.	TA (X) TD() SUGERENCIAS: _____ _____ _____
7. ¿La Institución Educativa impulsa a desarrollar actividades que generen mejores servicios? a) Siempre. b) casi siempre. c) Algunas veces. d) Casi nunca. e) Nunca.	TA (X) TD() SUGERENCIAS: _____ _____ _____ _____

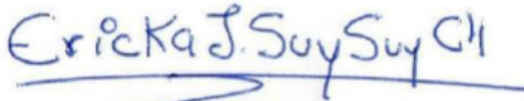

<p>8. ¿La Institución Educativa fundamenta su crecimiento en el análisis, desarrollo e implementación de mejores servicios?</p> <p>a) Siempre. b) casi siempre. c) Algunas veces. d) Casi nunca. e) Nunca.</p>	<p>TA (X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>9. ¿Una considerable parte del tiempo de trabajo diario se dedica a la planeación de mejores servicios?</p> <p>a) Siempre. b) casi siempre. c) Algunas veces. d) Casi nunca. e) Nunca.</p>	<p>TA (X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>10. ¿Son los mejores servicios lo que la diferencia de otras instituciones educativas?</p> <p>a) Siempre. b) casi siempre. c) Algunas veces. d) Casi nunca. e) Nunca.</p>	<p>TA (X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>11. ¿La Institución Educativa considera que es importante mejorar y agilizar los procesos de forma continua?</p> <p>a) Siempre. b) casi siempre. c) Algunas veces. d) Casi nunca. e) Nunca.</p>	<p>TA (X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>12. ¿La Institución Educativa busca certificaciones de llevar a cabo una mejora continua de sus procesos de ventas?</p> <p>a) Siempre. b) casi siempre. c) Algunas veces. d) Casi nunca. e) Nunca.</p>	<p>TA (X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>13. ¿Considera que su conocimiento/experiencia ayuda en situaciones críticas para la Institución Educativa?</p> <p>a) Siempre. b) casi siempre. c) Algunas veces. d) Casi nunca. e) Nunca.</p>	<p>TA (X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>14. ¿En la Institución Educativa se tiene en cuenta solamente su experiencia para la solución de algún problema?</p> <p>a) Siempre. b) casi siempre. c) Algunas veces. d) Casi nunca. e) Nunca.</p>	<p>TA (X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>

<p>15. ¿La data/información de la Institución Educativa en software permite realizar pronósticos en las ventas?</p> <p>a) Siempre. b) casi siempre. c) Algunas veces. d) Casi nunca. e) Nunca.</p>	<p>TA (X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>16. ¿Considera que los datos que se tienen en sus sistemas referente a las ventas es lo único importante para tomar decisiones?</p> <p>a) Siempre. b) casi siempre. c) Algunas veces. d) Casi nunca. e) Nunca.</p>	<p>TA (X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>17. ¿La información recolectada de los clientes influencia en las decisiones estratégicas de la Institución Educativa?</p> <p>a) Siempre. b) casi siempre. c) Algunas veces. d) Casi nunca. e) Nunca.</p>	<p>TA (X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>VARIABLE TOMA DE DECISIONES</p>	
<p>18. ¿La institución educativa le brindar capacitaciones constantes que permite impulsar su talento humano?</p> <p>a) Siempre. b) casi siempre. c) Algunas veces. d) Casi nunca. e) Nunca.</p>	<p>TA (X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>19. ¿Los sistemas de información dentro de la Institución educativa brindan los conocimientos suficientes para su alineación estratégica con los objetivos de la Institución?</p> <p>a) Siempre. b) casi siempre. c) Algunas veces. d) Casi nunca. e) Nunca.</p>	<p>TA (X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>20. ¿La institución educativa cuenta con tareas o actividades bien definidas de los procesos de ventas que permiten cumplir con las metas trazadas?</p> <p>a) Siempre. b) casi siempre. c) Algunas veces. d) Casi nunca. e) Nunca.</p>	<p>TA (X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>21. ¿La institución educativa cuenta con acceso a sistemas de información automatizados para registrar las actividades diarias?</p> <p>a) Siempre. b) casi siempre. c) Algunas veces. d) Casi nunca. e) Nunca.</p>	<p>TA (X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>

<p>22. ¿Los procesos existentes en la institución educativa satisfacen las expectativas al momento de tomar decisiones?</p> <p>a) Siempre. b) casi siempre. c) Algunas veces. d) Casi nunca. e) Nunca.</p>	<p>TA (X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>23. ¿La institución educativa cuenta con la información adecuada y oportuna que satisfacen las expectativas y requerimientos de los usuarios?</p> <p>a) Siempre. b) casi siempre. c) Algunas veces. d) Casi nunca. e) Nunca.</p>	<p>TA (X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>24. ¿La institución educativa considera que el logro de las metas es importante para cumplir sus objetivos?</p> <p>a) Siempre. b) casi siempre. c) Algunas veces. d) Casi nunca. e) Nunca.</p>	<p>TA (X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>25. ¿Se cuenta con un sistema de información que permite cumplir con los tiempos determinados para alcanzar las metas trazadas?</p> <p>a) Siempre. b) casi siempre. c) Algunas veces. d) Casi nunca. e) Nunca.</p>	<p>TA (X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>26. ¿Se cuenta con sistemas de información que ayuda a predecir la demanda de usuarios en un periodo de tiempo determinado?</p> <p>a) Siempre. b) casi siempre. c) Algunas veces. d) Casi nunca. e) Nunca.</p>	<p>TA (X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>27. ¿Se cuenta con información oportuna y precisa que permite evaluar los resultados de los procesos y tomar mejores decisiones para el logro de las metas y objetivos trazados?</p> <p>a) Siempre. b) casi siempre. c) Algunas veces. d) Casi nunca. e) Nunca.</p>	<p>TA (X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>28. ¿La información que se genera en la empresa se guarda durante un tiempo razonable para consultarla en el momento que se requiera y se mantiene respaldo de ella?</p> <p>a) Siempre. b) casi siempre. c) Algunas veces. d) Casi nunca. e) Nunca.</p>	<p>TA (X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>

<p>29. ¿La institución educativa considera que las decisiones son importantes para el logro de objetivos?</p> <p>a) Siempre. b) casi siempre. c) Algunas veces. d) Casi nunca. e) Nunca.</p>	<p>TA (X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>30. ¿Para llegar a una toma de decisión se analizan los sistemas de información con que se cuenta en la institución educativa?</p> <p>a) Siempre. b) casi siempre. c) Algunas veces. d) Casi nunca. e) Nunca.</p>	<p>TA (X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>31. ¿La institución educativa considera que es importante mejorar y agilizar los procesos de ventas de una forma continua?</p> <p>a) Siempre. b) casi siempre. c) Algunas veces. d) Casi nunca. e) Nunca.</p>	<p>TA (X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>

<p>1. PROMEDIO OBTENIDO:</p>	<p>N° TA ____ 31 ____ N° TD ____ 0 ____</p>
<p>2. COMENTARIOS GENERALES</p>	
<p>3. OBSERVACIONES</p>	



 CLAD - 13374

INSTRUMENTO DE VALIDACION POR JUICIO DE EXPERTOS

NOMBRE DEL JUEZ		Dr. Emma Verónica Ramos Farroñan
	PROFESIÓN	Licenciada en administración
	ESPECIALIDAD	Dr. ciencias de la Educación
	EXPERIENCIA PROFESIONAL (EN AÑOS)	13 años
	CARGO	Docente
DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE INTELIGENCIA DE NEGOCIOS PARA MEJORAR LA TOMA DE DECISIONES EN EL ÁREA DE VENTAS EN LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA PRIVADA SAN AGUSTÍN, EN EL DISTRITO DE MOTUPE, 2019		
DATOS DE TESIS		
NOMBRES	Martínez Flores Santa Ysabel - Pacheco Chinchay Rosely	
ESPECIALIDAD	ADMINISTRACIÓN	
INSTRUMENTO EVALUADO	Cuestionario	
OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION	<u>GENERAL</u> Proponer estrategias de inteligencia de negocios para mejorar la toma de decisiones en el área de ventas en la Institución Educativa Privada San Agustín, en el Distrito de Motupe, 2019	
	<u>ESPECÍFICOS</u> - Diagnosticar las estrategias de inteligencia de negocios en el área de ventas en la Institución Educativa Privada San Agustín, en el Distrito de Motupe, 2019 - Describir la toma de decisiones en el área de ventas en la Institución Educativa Privada San Agustín, en el Distrito de Motupe, 2019 - Diseñar estrategias de inteligencia de negocios para mejorar la toma de decisiones en el área de ventas en la Institución Educativa Privada San Agustín, en el Distrito de Motupe, 2019	
EVALÚE CADA ITEM DEL INSTRUMENTO MARCANDO CON UN ASPA EN “TD” SI ESTÁ TOTALMENTE EN DESACUERDO; “TA” SI ESTA EN TOTALMENTE DE ACUERDO; POR FAVOR ESPECIFIQUE SUS SUGERENCIAS.		
DETALLE DE LOS ÍTEMS DEL INSTRUMENTO	El instrumento consta de 31 reactivos y ha sido construido, teniendo en cuenta la revisión de la literatura, luego del juicio de expertos que determinará la validez de contenido será sometido a prueba de piloto para el cálculo de la confiabilidad con el coeficiente de alfa de Cronbach y finalmente será aplicado a las unidades de análisis de esta investigación.	
VARIABLE INTELIGENCIA DE NEGOCIOS		
1. ¿Esta Institución Educativa cuenta sistemas de cómputo para registrar las actividades de ventas? a) Siempre. b) casi siempre.	TA (X) TD ()	SUGERENCIAS: _____

<p>c) Algunas veces. d) Casi nunca. e) Nunca.</p>	<p>_____</p> <p>_____</p>
<p>2. ¿La Institución Educativa maneja sus actividades diarias por medio de sistemas de información computacional?</p> <p>a) Siempre. b) casi siempre. c) Algunas veces. d) Casi nunca. e) Nunca.</p>	<p>TA (X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>3. ¿La Institución Educativa tiene sistemas que ayudan a predecir las ventas que se realizarán en un periodo determinado de tiempo?</p> <p>a) Siempre. b) casi siempre. c) Algunas veces. d) Casi nunca. e) Nunca.</p>	<p>TA (X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>4. ¿Existen sistemas que guardan información el tiempo suficiente para que ayuden a tomar decisiones para el futuro de la Institución Educativa?</p> <p>a) Siempre. b) casi siempre. c) Algunas veces. d) Casi nunca. e) Nunca.</p>	<p>TA (X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>5. ¿La Institución Educativa cuenta con una base de datos operativa que recaba la información día a día en cuanto a las ventas?</p> <p>a) Siempre. b) casi siempre. c) Algunas veces. d) Casi nunca. e) Nunca.</p>	<p>TA (X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>6. ¿La Institución Educativa cuenta con una base de conocimiento para el uso de los empleados y mejora de los procesos de ventas?</p> <p>a) Siempre. b) casi siempre. c) Algunas veces. d) Casi nunca. e) Nunca.</p>	<p>TA (X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>7. ¿La Institución Educativa impulsa a desarrollar actividades que generen mejores servicios?</p> <p>a) Siempre. b) casi siempre. c) Algunas veces. d) Casi nunca. e) Nunca.</p>	<p>TA (X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>

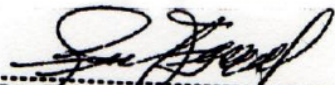
<p>8. ¿La Institución Educativa fundamenta su crecimiento en el análisis, desarrollo e implementación de mejores servicios?</p> <p>a) Siempre. b) casi siempre. c) Algunas veces. d) Casi nunca. e) Nunca.</p>	<p>TA (X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>9. ¿Una considerable parte del tiempo de trabajo diario se dedica a la planeación de mejores servicios?</p> <p>a) Siempre. b) casi siempre. c) Algunas veces. d) Casi nunca. e) Nunca.</p>	<p>TA (X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>10. ¿Son los mejores servicios lo que la diferencia de otras instituciones educativas?</p> <p>a) Siempre. b) casi siempre. c) Algunas veces. d) Casi nunca. e) Nunca.</p>	<p>TA (X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>11. ¿La Institución Educativa considera que es importante mejorar y agilizar los procesos de forma continua?</p> <p>a) Siempre. b) casi siempre. c) Algunas veces. d) Casi nunca. e) Nunca.</p>	<p>TA (X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>12. ¿La Institución Educativa busca certificaciones de llevar a cabo una mejora continua de sus procesos de ventas?</p> <p>a) Siempre. b) casi siempre. c) Algunas veces. d) Casi nunca. e) Nunca.</p>	<p>TA (X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>13. ¿Considera que su conocimiento/experiencia ayuda en situaciones críticas para la Institución Educativa?</p> <p>a) Siempre. b) casi siempre. c) Algunas veces. d) Casi nunca. e) Nunca.</p>	<p>TA (X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>14. ¿En la Institución Educativa se tiene en cuenta solamente su experiencia para la solución de algún problema?</p> <p>a) Siempre. b) casi siempre. c) Algunas veces. d) Casi nunca. e) Nunca.</p>	<p>TA (X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>

<p>15. ¿La data/información de la Institución Educativa en software permite realizar pronósticos en las ventas?</p> <p>a) Siempre. b) casi siempre. c) Algunas veces. d) Casi nunca. e) Nunca.</p>	<p>TA (X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>16. ¿Considera que los datos que se tienen en sus sistemas referente a las ventas es lo único importante para tomar decisiones?</p> <p>a) Siempre. b) casi siempre. c) Algunas veces. d) Casi nunca. e) Nunca.</p>	<p>TA (X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>17. ¿La información recolectada de los clientes influencia en las decisiones estratégicas de la Institución Educativa?</p> <p>a) Siempre. b) casi siempre. c) Algunas veces. d) Casi nunca. e) Nunca.</p>	<p>TA (X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>VARIABLE TOMA DE DECISIONES</p>	
<p>18. ¿La institución educativa le brindar capacitaciones constantes que permite impulsar su talento humano?</p> <p>a) Siempre. b) casi siempre. c) Algunas veces. d) Casi nunca. e) Nunca.</p>	<p>TA (X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>19. ¿Los sistemas de información dentro de la Institución educativa brindan los conocimientos suficientes para su alineación estratégica con los objetivos de la Institución?</p> <p>a) Siempre. b) casi siempre. c) Algunas veces. d) Casi nunca. e) Nunca.</p>	<p>TA (X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>20. ¿La institución educativa cuenta con tareas o actividades bien definidas de los procesos de ventas que permiten cumplir con las metas trazadas?</p> <p>a) Siempre. b) casi siempre. c) Algunas veces. d) Casi nunca. e) Nunca.</p>	<p>TA (X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>21. ¿La institución educativa cuenta con acceso a sistemas de información automatizados para registrar las actividades diarias?</p> <p>a) Siempre. b) casi siempre. c) Algunas veces. d) Casi nunca. e) Nunca.</p>	<p>TA (X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>

<p>22. ¿Los procesos existentes en la institución educativa satisfacen las expectativas al momento de tomar decisiones?</p> <p>a) Siempre. b) casi siempre. c) Algunas veces. d) Casi nunca. e) Nunca.</p>	<p>TA (X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>23. ¿La institución educativa cuenta con la información adecuada y oportuna que satisfacen las expectativas y requerimientos de los usuarios?</p> <p>a) Siempre. b) casi siempre. c) Algunas veces. d) Casi nunca. e) Nunca.</p>	<p>TA (X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>24. ¿La institución educativa considera que el logro de las metas es importante para cumplir sus objetivos?</p> <p>a) Siempre. b) casi siempre. c) Algunas veces. d) Casi nunca. e) Nunca.</p>	<p>TA (X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>25. ¿Se cuenta con un sistema de información que permite cumplir con los tiempos determinados para alcanzar las metas trazadas?</p> <p>a) Siempre. b) casi siempre. c) Algunas veces. d) Casi nunca. e) Nunca.</p>	<p>TA (X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>26. ¿Se cuenta con sistemas de información que ayuda a predecir la demanda de usuarios en un período de tiempo determinado?</p> <p>a) Siempre. b) casi siempre. c) Algunas veces. d) Casi nunca. e) Nunca.</p>	<p>TA (X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>27. ¿Se cuenta con información oportuna y precisa que permite evaluar los resultados de los procesos y tomar mejores decisiones para el logro de las metas y objetivos trazados?</p> <p>a) Siempre. b) casi siempre. c) Algunas veces. d) Casi nunca. e) Nunca.</p>	<p>TA (X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>28. ¿La información que se genera en la empresa se guarda durante un tiempo razonable para consultarla en el momento que se requiera y se mantiene respaldo de ella?</p> <p>a) Siempre. b) casi siempre. c) Algunas veces. d) Casi nunca. e) Nunca.</p>	<p>TA (X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>

<p>29. ¿La institución educativa considera que las decisiones son importantes para el logro de objetivos?</p> <p>a) Siempre. b) casi siempre. c) Algunas veces. d) Casi nunca. e) Nunca.</p>	<p>TA (X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>30. ¿Para llegar a una toma de decisión se analizan los sistemas de información con que se cuenta en la institución educativa?</p> <p>a) Siempre. b) casi siempre. c) Algunas veces. d) Casi nunca. e) Nunca.</p>	<p>TA (X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>31. ¿La institución educativa considera que es importante mejorar y agilizar los procesos de ventas de una forma continua?</p> <p>a) Siempre. b) casi siempre. c) Algunas veces. d) Casi nunca. e) Nunca.</p>	<p>TA (X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>

<p>1. PROMEDIO OBTENIDO:</p>	<p>Nº TA <u> 31 </u> Nº TD <u> 0 </u></p>
<p>2. COMENTARIOS GENERALES</p>	
<p>3. OBSERVACIONES</p>	



 Dra. Emma Verónica Ramos Farroñán
 CLAB N° 15066 - Región Lambayeque
 JUEZ - EXPERTO

Anexo 06: Carta de la empresa donde autoriza realizar la investigación

SOLICITO: Permiso para realizar estudio de investigación.

SEÑOR: LIC. MARCELINO DE LA CRUZ CAJO
Director de la I.E.P San Agustín Motupe

Yo, Pacheco Chinchay Rosely, identificada con DNI N° 47342269, con CU N° 2151811269 con domicilio en calle Sucre S/N "Huarmaca".

Yo, Martínez Flores Santysabel, identificada con DNI N° 48743612, con CU N° 2151811156 con domicilio en la calle Victoria N° 455 "Motupe" ante usted, respetuosamente me presento y expongo:

Que habiendo culminado la carrera de ADMINISTRACIÓN en la Universidad Señor de Sipán solicito a usted, permiso para realizar Estudio de Investigación en su Institución sobre Gestión del Talento Humano y Comportamiento Organizacional para optar el grado de Bachiller de Administración.



POR LO EXPUESTO

Ruego a Ud. acceder a mi solicitud.

Motupe, 21 de mayo del 2018



FIRMA / SELLO / DNI



Lic. Marcelino De La Cruz Cajo
DIRECTOR
24/05/018

Anexo 07: Fotos de aplicación de la encuesta



Anexo 08: Reporte TURNITIN

DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE INTELIGENCIA DE NEGOCIOS PARA MEJORAR LA TOMA DE DECISIONES EN EL ÁREA DE VENTAS EN LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA PRIVADA SAN AGUSTÍN, EN EL DISTRITO DE MOTUPE, 2019

INFORME DE ORIGINALIDAD

17%

INDICE DE SIMILITUD

16%

FUENTES DE INTERNET

1%

PUBLICACIONES

8%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	repositorio.uss.edu.pe Fuente de Internet	5%
2	Submitted to Universidad Señor de Sipan Trabajo del estudiante	4%
3	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	1%
4	Submitted to Universidad Cesar Vallejo Trabajo del estudiante	1%
5	repositorio.autonoma.edu.pe Fuente de Internet	1%
6	repositorio.udl.edu.pe Fuente de Internet	1%
7	1library.co Fuente de Internet	1%
8	repositorio.unfv.edu.pe Fuente de Internet	<1%

Anexo 09: Acta de originalidad.



ACTA DE ORIGINALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

Yo, Abraham José García Yovera, Coordinador de Investigación y Responsabilidad Social de la Escuela Profesional de Administración y revisor de la investigación aprobada mediante Resolución N° 900-FACEM-USS-2019, presentado por el/la Bachiller, MARTINES FLORES SANTA YSABEL y PACHECO CHINCHAY ROSELY, con su tesis Titulada "DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE INTELIGENCIA DE NEGOCIOS PARA MEJORAR LA TOMA DE DECISIONES EN EL ÁREA DE VENTAS EN LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA PRIVADA SAN AGUSTÍN, EN EL DISTRITO DE MOTUPE, 2019"

Se deja constancia que la investigación antes indicada tiene un índice de similitud del 17 % verificable en el reporte final del análisis de originalidad mediante el software de similitud TURNITIN.

Por lo que se concluye que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio y cumple con lo establecido en la directiva sobre el nivel de similitud de productos acreditables de investigación, aprobada mediante Resolución de directorio N° 221-2019/PD-USS de la Universidad Señor de Sipán.

Pimentel, 05 de julio de 2021

A handwritten signature in black ink is written over a horizontal line. The signature is stylized and appears to read 'Abraham José García Yovera'.

Dr. Abraham José García Yovera
DNI N° 80270538
Escuela Académico Profesional de Administración.